PROSES INOVASI KURIKULUM: *Difusi dan Diseminasi Inovasi, Proses Keputusan Inovasi*

Ni'mawati, Qiqi Yulianti Zaqiah
Dosen STAI Siliwangi Bandung
Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung
nimawati15@stai-siliwangi.ac.id |qiqi.yulianti@uinsgd.ac.id

Abstrak

Inovasi sering dikaitkan dengan perubahan, Untuk mencapai tujuan pendidikan yang diharapkan perlu terus-menerus melakukan pembaruan atau inovasi sesuai dengan kebutuhan perkembangan zaman. Sebuah inovasi akan senantiasa berkembang seiring dengan perkembangan manusia jika dalam inovasi tersebut terdapat sebuah kesepahaman akan terjadinya perubahan pada sebuah pendidikan yang lebih baik. Kurikulum merupakan salah satu aspek penting dalam konteks pendidikan. kurikulum mesti dinamis, adaptif mengikuti perubahan yang terjadi dalam masyarakat, baik dunia usaha maupun dunia kerja. Dalam implementasi inovasi memerlukan difusi dan diseminasi. Difusi adalah proses mengkomunikasikan inovasi melalui saluran dan jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem social sedangkan diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Dengan menggunakan studi kepustakaan dan wawancara pada penelitian ini ditemukan bahwa terjadi proses inovasi kurikulum di Program Studi Magister Ekonomi Syariah (Prodi MES) Universitas Islam Bandung (UNISBA).

Kata Kunci: *Inovasi; kurikulum; difusi; diseminasi*

A. Pendahuluan

Inovasi sering dikaitkan dengan perubahan, tetapi tidak setiap perubahan dapat dikategorikan sebagai inovasi. Menurut Rogers, inovasi adalah suatu gagasan, praktik, atau objek benda yang dipandang baru oleh seseorang atau kelompok *adopter* lain.¹ Kata "baru" bersifat sangat relatif, bisa karena seseorang baru mengetahui, atau bisa juga karena baru mau menerima meskipun sudah lama tahu. Lahirnya inovasi karena ada permasalahan yang harus diatasi, dan upaya mengatasi permasalahan tersebut melalui inovasi atau pembaharuan. Inovasi ini harus merupakan hasil pemikiran yang original, kreatif, dan tidak konvensional. Penerapannya harus praktis dan di dalamnya terdapat unsur-unsur kenyamanan dan kemudahan.

Sejatinya, suatu inovasi adalah sebagai alternatif pemecahan masalah, maka langkah pertama pengembangan suatu inovasi diawali dengan pengenalan terhadap masalah. *Tashawwur* terhadap masalah inilah yang memotivasi dilakukannya penelitian dan pengembangan (R&D) atau evaluasi serta perbaikan kurikulum, yang dirancang untuk menciptakan suatu inovasi. Inovasi akan mempunyai makna jika diterapkan/diadopsi, sebab jika tidak diterapkan/diadopsi/disebarluaskan maka inovasi tersebut hanya akan menjadi inovasi yang tidak berguna. Terhadap penerapan ini dikenal strategi sentralisasi dan strategi desentralisasi. Disebut penyebaran/difusi inovasi jika ditinjau dari sisi pengembang inovasi. Sementara itu, adopsi inovasi merupakan prosedur yang dilihat dari sisi calon pemakai/adopter).

Kurikulum merupakan salah satu aspek penting dalam konteks pendidikan. Kurikulum acap kali dijadikan kambing hitam, bahwa kegagalan suatu pendidikan disebabkan perubahan kurikulum yang tidak terukur dan terlalu sering dilakukan. Hal ini seyogyanya dipahami bahwa kurikulum mesti dinamis, adaptif mengikuti perubahan yang terjadi dalam masyarakat, baik dunia usaha maupun dunia kerja.

¹ E.M. Rogers, *Diffusion of Innovation* (New York: The Free Press, 2003), 13.

Menurut Cuban², bahwa untuk memahami perubahan kurikulum memahami tiga pokok pemikiran, yaitu: a) rencana perubahan itu selalu baik, b) harus dipisahkan antara perubahan (*change*) dengan kemantapan (*stability*), dan c) apabila rencana perubahan sudah diadopsi maka perlu untuk dilakukan perbaikan/*improvement* terhadap perubahan tersebut. Dengan menggunakan studi kepustakaan dan wawancara pada penelitian ini akan dipaparkan proses inovasi kurikulum: Difusi dan diseminasi inovasi serta proses keputusan inovasi. Dalam penelitian ini penulis menyajikan contoh implementasi inovasi kurikulum di Program Studi Magister Ekonomi Syariah (Prodi MES) di Universitas Islam Bandung (UNISBA).

B. Proses Inovasi Kurikulum: Difusi Dan Diseminasi Inovasi, Proses Keputusan Inovasi

1. Definisi Difusi Inovasi

Munculnya teori difusi inovasi di mulai pada awal abad ke-20, tepatnya tahun 1930, ketika seorang Sosiolog Perancis Gabriel Tarde, memperkenalkan kurva difusi berbentuk S (*S-shaped diffusion Curve*). Kurva ini pada dasarnya menggambarkan bagaimana suatu inovasi diadopsi seseorang atau sekelompok orang dilihat dari dimensi waktu. Pada kurva ini ada dua sumbu, di mana sumbu yang satu menggambarkan tingkat adopsi dan sumbu yang lainnya menggambarkan dimensi waktu.

Gambar 1. S-shaped diffusion Curve

² Cuban, I, Curriculum stability Ana Chage. Dalam Handbook of Research on Curriculum (New York: Macmillan Publishing Co.p, 1991, 216.

Pemikiran Tarde menjadi penting karena secara sederhana bisa menggambarkan kecenderungan yang terkait dengan proses difusi inovasi. Rogers (2003) menyatakan “*Tarde’s S-shaped diffusion curve is of current importance because “most innovation have an S-shaped rate of adoption”*”. Dan sejak itu tingkat adopsi atau tingkat difusi menjadi fokus kajian penting dalam penelitian-penelitian sosial.³

Pada tahun 1940, Sosiolog Boyce Ryan dan Neal Gross mempublikasikan hasil penelitian difusi tentang jagung hibrida kepada petani di Iowa, Amerika Serikat. Hasil penelitian ini memperbaharui sekaligus menegaskan tentang difusi inovasi model kurva S. Salah satu kesimpulan penelitian Ryan dan Gross menyatakan bahwa: “*the rate of adoption of the agricultural innovation followed an S-shaped normal curve when plotted on a cumulative basis over time*”.⁴

Perkembangan berikutnya dari teori difusi inovasi terjadi pada tahun 1960, di mana penelitian difusi dikaitkan dengan berbagai topik yang lebih kontemporer, seperti dengan bidang pemasaran, budaya, dan sebagainya. Di sinilah muncul tokoh-tokoh teori difusi inovasi seperti Everett M. Rogers dengan karya besarnya *Diffusion of Innovation* (1961), F. Floyd Shoemaker yang bersama Rogers menulis *Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach* (1971) sampai Lawrence A. Brown yang menulis *Innovation Diffusion: A New Perspective* (1981).⁵

Difusi adalah proses mengkomunikasikan inovasi melalui saluran dan jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial.⁶ Senada dengan penjelasan Rogers, Sa’ud menjelaskan difusi adalah proses komunikasi inovasi antara warga masyarakat (anggota sistem sosial) dengan menggunakan saluran tertentu.⁷

³ Rusydi Ananda, *Inovasi Pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi Pendidikan* (Medan: CV. Widya Puspita, 2017), 66.

⁴ Rusydi Ananda, *Inovasi Pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi Pendidikan* (Medan: CV. Widya Puspita, 2017), 66.

⁵ Rusydi Ananda, *Inovasi Pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi Pendidikan* (Medan: CV. Widya Puspita, 2017), 66.

⁶ E.M Rogers, *Diffusion of Innovation* (New York: The Free Press, (2003), 12.

⁷ Udin. S. Saud, *Inovasi Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 28.

Komunikasi dalam definisi ditekankan dalam arti terjadinya saling tukar informasi (hubungan timbal balik), antar beberapa individu baik secara memusat (konvergen) maupun memencar (divergen) yang berlangsung secara spontan. Dengan adanya komunikasi ini akan terjadi kesamaan pendapat antar warga masyarakat tentang inovasi.

Rusdiana menjelaskan difusi adalah jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru.⁸ Dengan kata lain difusi adalah bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapatlah dipahami bahwa difusi inovasi adalah suatu proses pengkomunikasian ide, praktek atau objek yang dipandang baru oleh individu atau organisasi yang mengadopsi. Dalam hal ini apabila ide-ide baru ditemukan, disebarkan, dan diadopsikan atau ditolak, dan membawa dapat tertentu maka terjadinya perubahan sosial.

2. Unsur-Unsur Difusi Inovasi

Rogers menjelaskan 4 (empat) unsur pokok dalam difusi inovasi yaitu: inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial. Berikut penjelasannya:⁹

a) Inovasi.

Inovasi terkait dengan gagasan/ide, produk/objek, teknik/prosedur dan teknologi yang dianggap baru oleh seseorang dan kebaruannya itu bersifat relatif. Jika suatu ide, produk, teknik/prosedur, teknologi dianggap baru oleh seseorang maka hal tersebut adalah inovasi bagi individu tersebut. Dalam inovasi mempunyai komponen ide, tetapi banyak inovasi yang tidak mempunyai wujud fisik, misalnya ideologi. Adapun inovasi yang mempunyai komponen ide dan komponen objek (fisik), misalnya handphone dan sebagainya. Inovasi yang memiliki komponen ide tidak dapat diadopsi secara fisik, sebab pengadopsiannya hanya berupa keputusan simbolis. Sebaliknya inovasi yang memiliki komponen ide dan komponen objek, pengadopsiannya diikuti dengan keputusan tindakan (tingkah laku nyata).

⁸ A. Rusdiana, *Konsep Inovasi Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, (2014), 26.

⁹ E.M Rogers, *Diffusion of Innovation* (New York: The Free Press, 2003).

b) Saluran komunikasi.

Inti dari proses difusi adalah interaksi manusia untuk mengkomunikasikan ide baru kepada orang lain. Untuk itu diperlukan saluran komunikasi, dalam hal ini saluran komunikasi dapat berupa media interpersonal dan media massa. Saluran interpersonal adalah saluran yang melibatkan pertemuan tatap muka (sumber dan penerima) antara dua orang atau lebih. Misalnya rapat atau pertemuan kelompok, percakapan langsung, pembicaraan dari mulut ke mulut. Sedangkan saluran media massa adalah alat-alat penyampai pesan yang memungkinkan sumber mencapai suatu audiens dalam jumlah besar, yang dapat menembus batasan waktu dan ruang. Misalnya radio, televisi, film, surat kabar, buku.

c) Waktu

Proses keputusan inovasi sejak individu mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya dan pengukuhan terhadap keputusan ini sangat berkaitan dengan dimensi waktu, dengan kata lain waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi. Adopsi inovasi membutuhkan rentang waktu tertentu. Waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi. Dimensi waktu dalam proses difusi berpengaruh dalam hal:

Pertama, proses keputusan inovasi yaitu tahapan proses sejak seseorang menerima informasi pertama sampai ia menerima atau menolak inovasi. Terdapat lima langkah (tahap) dalam proses keputusan inovasi yaitu: (1) pengetahuan tentang inovasi, (2) bujukan atau imbauan, (3) penetapan atau keputusan, (4) penerapan/ implementasi, dan (5) konfirmasi.

Kedua, kepekaan terhadap inovasi. Tidak semua orang dalam suatu sistem sosial menerima inovasi dalam waktu yang sama. Mereka menerima inovasi dari urutan waktu, artinya ada yang lebih terlebih dahulu, ada yang kemudian.

Ketiga, kecepatan penerimaan inovasi yaitu kecepatan relatif diterimanya inovasi oleh warga masyarakat. Kecepatan inovasi diukur berdasarkan lamanya waktu yang diperlukan untuk mencapai persentase tertentu dari jumlah waktu masyarakat yang telah menerima inovasi.

d) Sistem sosial.

Inovasi terkait dengan sistem sosial berupa adat istiadat budaya, norma dan nilai-nilai. Dalam hal ini sistem sosial dapat menghambat atau memudahkan cepat atau tidaknya penyebaran ide baru dan pengadopsian inovasi melalui apa yang disebut “efek sistem” atau “pengaruh sistem”. Dalam difusi inovasi sangat penting untuk diingat bahwa proses difusi terjadi dalam sistem sosial. Sistem sosial adalah satu set unit yang saling berhubungan yang tergabung dalam upaya pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan. Anggota suatu sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan/atau subsistem. Proses difusi dalam kaitannya dengan sistem sosial ini dipengaruhi oleh struktur sosial, norma sosial, peran pemimpin, dan agen perubahan, tipe perubahan inovasi dan konsekuensi inovasi.

3. Diseminasi Inovasi

Diseminasi (bahasa Inggris: *dissemination*) adalah suatu yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Ini berbeda dengan difusi yang merupakan alur komunikasi spontan. Dalam pengertian ini dapat juga direncanakan terjadinya difusi.

Misalnya dalam penyebaran inovasi penggunaan pendekatan keterampilan proses dalam proses belajar mengajar. Setelah diadakan percobaan dan siswa aktif belajar mengajar dapat berlangsung secara efektif dan siswa aktif belajar. Maka hasil percobaan itu perlu didesiminasikan. Untuk menyebarkan cara baru tersebut, dengan cara menatar beberapa guru dengan harapan akan terjadi juga difusi inovasi antar guru di sekolah masing-masing. Terjadi saling tukar informasi dan akhirnya terjadi kesamaan pendapat antara guru tentang inovasi tersebut.¹⁰

Tindakan diseminasi merupakan tindak inovasi yang disusun menurut perencanaan yang matang, melalui diskusi atau forum lainnya yang sengaja diprogramkan, sehingga terdapat kesepakatan untuk melaksanakan inovasi.

¹⁰ Udin. S Sa'ud, *Inovasi Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 29.

Misalnya dalam penyebaran inovasi penerapan Kurikulum 2013, setelah diadakan uji publik, ternyata penerapan kurikulum dapat dilakukan secara efektif dengan melakukan berbagai kegiatan pelatihan berjenjang. Selanjutnya hasil uji publik tersebut maka perlu dilakukan dideseminasikan secara meluas. Untuk menyebarluaskannya Kurikulum 2013 tersebut dilakukan dengan cara menatar instruktur tingkat nasional, tingkat propinsi dan tingkat kabupaten/kota. Diharapkan dengan pelatihan berjenjang ini maka difusi inovasi pendidikan yaitu pemberlakuan Kurikulum 2013 dapat berjalan dengan baik.

Ukuran sukses sebuah program diseminasi tidak hanya cukup dengan pesan bisa berhasil disampaikan. Hal lain yang penting dilakukan adalah evaluasi, sejauh mana karakter audiens agar mampu memahami dengan baik pesan kunci. Selain itu, program diseminasi perlu adanya analisa apakah semua strategi dalam penyampain informasi sesuai dengan persoalan yang dihadapi.

4. Strategi Difusi Inovasi

Suparman menyatakan terdapat dua strategi yang dilakukan dalam difusi inovasi yaitu: (1) strategi jalur terbuka, dan (2) strategi jalur organisasi.¹¹ Strategi jalur terbuka. Strategi jalur terbuka ditempuh dengan menjual ide baru atau inovasi agar individu yang diharapkan dapat secara sukarela menerima dan menggunakan inovasi baru tersebut. Proses difusi yang dilakukan pada jalur terbuka adalah:

Pertama, Agen pembaharuan dalam hal ini pendesain inovasi ataupun pihak lain melakukan identifikasi individu atau kelompok individu yang dipandang sebagai calon pengguna utama yaitu individu atau kelompok yang dipandang membutuhkan produk inovasi baru dalam pekerjaannya.

Kedua, Memperkenalkan inovasi baru melalui berbagai media massa, surat selebaran, leaflet dan lain- lain. Perkenalan tersebut menyangkut karakteristik dari produk inovasi baru tersebut serta manfaatnya bagi mereka.

¹¹ A. Suparman, *Desain Instruksional Modern. Panduan Para Pengajar dan Inovator Pendidikan* (Jakarta: Erlangga, 2012), 331.

Ketiga, Melakukan kontak individual dan tatap muka dengan mereka untuk membujuk agar menerima produk inovasi baru tersebut, dalam hal ini manfaat produk inovasi baru dijelaskan dan ditekankan. Bujukan tersebut harus dilakukan dengan baik, misalnya melalui kunjungan atau pertemuan khusus sehingga pada akhirnya mereka mau menerimanya.

Keempat, Setiap ada individu atau kelompok yang menyatakan menerima produk inovasi baru atau yang biasa disebut pengadopsi memerlukan pendampingan oleh agen pembaharuan. Tujuannya adalah meyakinkan pengadopsi bahwa produk inovasi baru tersebut telah dilaksanakan dengan baik sampai pengadopsi benar-benar merasa sukses dan mendapat manfaatnya.

Kelima, Proses pendampingan itu dapat dihentikan apabila para pengadopsi dipandang tidak membutuhkan lagi. Namun demikian mereka masih perlu diamati terus menerus untuk mengantisipasi adanya gejala menghentikan penggunaan produk inovasi baru. Dalam kasus seperti yang disebutkan terakhir, para pendamping dapat melakukan upaya penguatan kembali. Dalam situasi di mana para pengadopsi tidak lagi memerlukan pendamping, produk inovasi baru itu dapat dikatakan sudah menjadi bagian dari kehidupan pengadopsinya. Statusnya sebagai inovasi sudah berubah yaitu bukan inovasi lagi sebab ia bukan lagi sesuatu yang baru.

Eenam, Membujuk para pengadopsi yang sudah mantap untuk menjadi agen pembaharuan, dengan mengajak individu lain menggunakan produk inovasi baru.

Adapun proses difusi yang dilakukan pada jalur organisasi dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

- a) Mengidentifikasi daftar pengambil keputusan puncak sampai lini pertama, misalnya pejabat pada Kementerian Pendidikan Nasional, kepala dinas pendidikan propinsi, kepala dinas pendidikan kabupaten/kota, atau organisasi yayasan pendidikan.
- b) Memperkenalkan produk inovasi baru kepada pengambil keputusan tersebut.

- c) Membujuk untuk meyakinkan kehebatan penggunaan inovasi baru dan pengaruhnya bila digunakan secara institusional oleh lembaga pendidikan yang berada di bawahnya. Kehebatan tersebut terkait dengan kualitas, relevansi dengan kebutuhan dan daya jangkanya. Bujukan tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan komitmen dari pengambil keputusan agar menggunakan produk inovasi baru.
- d) Membantu penggunaan produk inovasi baru pada organisasi tersebut sampai seluruh jajaran pimpinan lini pertama terlibat dan memiliki komitmen yang sama
- e) Memberi pendampingan bagi jajaran pimpinan tersebut sampai produk inovasi baru benar-benar digunakan oleh seluruh individu pada lembaga atau organisasi yang bersangkutan.

5. Hambatan-Hambatan Dalam Difusi Inovasi

Dalam implementasi difusi inovasi dalam organisasi terkadang sering mendapati beberapa hambatan yang berkaitan dengan difusi inovasi. Pengalaman menunjukkan bahwa hampir setiap individu atau organisasi memiliki semacam mekanisme penerimaan dan penolakan terhadap perubahan. Jika terdapat pihak yang berupaya mengadakan sebuah perubahan, penolakan atau hambatan akan sering ditemui. Orang-orang tertentu dari dalam ataupun dari luar sistem organisasi akan tidak menyukai, melakukan sesuatu yang berlawanan, melakukan sabotase atau mencoba mencegah upaya untuk mengubah praktek yang berlaku.

Penolakan ini mungkin ditunjukkan secara terbuka dan aktif atau secara tersembunyi dan pasif. Alasan mengapa ada yang ingin menolak perubahan walaupun kenyataannya praktek yang ada sudah kurang relevan, membosankan, sehingga dibutuhkan sebuah inovasi. Fenomena ini sering disebut sebagai penolakan terhadap perubahan. Banyak upaya telah dilakukan untuk menggambarkan, mengkategorisasikan dan menjelaskan fenomena penolakan ini.

Rogers menjelaskan faktor-faktor hambatan yang mempengaruhi secara alami alami/aturan dari proses difusi inovasi, yaitu:¹²

1. *Knowledge of innovation and reinvention* yaitu seberapa jauh kesadaran organisasi terhadap inovasi dan persepsinya tentang karakteristik mereka yang menonjol. Faktor pengetahuan ini dipengaruhi oleh sebagian oleh karakteristik personil-personil dalam organisasi.
2. *External accountability* adalah tingkatan di mana suatu organisasi tergantung atau bertanggungjawab kepada lingkungannya.
3. *Lack resources* adalah sumberdaya yang tidak siap digunakan pada maksud/tujuan yang lain.
4. *Organizational structure* adalah susunan dari komponen – komponen dan subsistem – subsistem di dalam suatu sistem.

Dalam konteks difusi inovasi dalam organisasi terdapat beberapa hambatan yaitu:

1. Hambatan psikologis

Hambatan ini ditemukan apabila kondisi psikologis individu dalam organisasi menjadi faktor penolakan. Hambatan psikologis telah dan masih merupakan kerangka kunci untuk memahami apa yang terjadi apabila individu dan sistem melakukan penolakan terhadap suatu upaya perubahan. Jenis hambatan ini dengan memilih satu faktor sebagai suatu contoh yaitu dimensi kepercayaan, keamanan, dan kenyamanan versus ketidakpercayaan, ketidakamanan, dan ketidaknyamanan. Faktor-faktor ini sebagai unsur inovasi yang sangat penting. Faktor-faktor psikologis lainnya yang dapat mengakibatkan penolakan terhadap inovasi baru adalah rasa enggan karena merasa sudah cukup dengan keadaan yang ada, tidak mau repot, atau ketidaktahuan tentang masalah yang terdapat dalam organisasi.

Di dalam suatu sistem sosial, organisasi atau kelompok akan ada individu yang pengalaman masa lalunya tidak positif akan mempengaruhi kemampuan dan keberaniannya untuk menghadapi perubahan dalam pekerjaannya.

¹² E.M. Rogers, *Diffusion of Innovation* (New York: The Free Press, 2003).

Jika sebuah inovasi berimplikasi berkurangnya kontrol (misalnya diperkenalkannya model pimpinan tim atau kemandirian masing-masing bagian), maka pemimpin itu biasanya akan memandang perubahan itu sebagai negatif dan mengancam. Perubahan itu dirasakannya sebagai kemerosotan, bukan perbaikan.

2. Hambatan praktis

Hambatan praktis adalah faktor-faktor penolakan yang lebih bersifat fisik. Faktor-faktor tersebut adalah waktu, sumber daya dan sistem. Faktor-faktor ini adalah faktor-faktor yang sering ditunjukkan untuk mencegah atau memperlambat perubahan dalam organisasi dan sistem sosial. Program pusat pelatihan sangat menekankan aspek- aspek bidang ini. Ini mungkin mengindikasikan adanya perhatian khusus pada keahlian praktis dan metode-metode yang mempunyai kegunaan praktis yang langsung. Oleh karena itu, inovasi dalam bidang ini dapat menimbulkan penolakan yang terkait dengan hal-hal yang bersifat praktis. Artinya, semakin praktis sifat suatu bidang, akan semakin mudah individu dalam organisasi meminta penjelasan tentang penolakan praktis.

Di pihak lain, dapat diasumsikan bahwa hambatan praktis yang sesungguhnya itu telah dialami oleh banyak individu dalam kegiatan sehari-hari, yang menghambat perkembangan dan pembaruan praktek. Tidak cukupnya sumber daya ekonomi, teknis dan material sering disebutkan. Dalam hal mengimplementasikan perubahan, faktor waktu sering kurang diperhitungkan. Segala sesuatu memerlukan waktu. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengalokasikan banyak waktu apabila membuat perencanaan inovasi. Pengalaman menunjukkan bahwa masalah yang tidak diharapkan, yang mungkin tidak dapat diperkirakan pada tahap perencanaan, kemungkinan akan terjadi. Masalah pada bidang keahlian dan sumber daya ekonomi sebagai contoh tentang hambatan praktis.

Dalam perencanaan dan implementasi inovasi, tingkat pengetahuan dan jumlah dana yang tersedia harus dipertimbangkan. Ini berlaku terutama jika sesuatu yang sangat berbeda dari praktek di masa lalu akan dilaksanakan, dengan kata lain jika ada perbedaan yang besar antara yang lama dengan yang baru. Dalam kasus seperti di atas, tambahan sumber daya dalam bentuk keahlian dan keuangan dibutuhkan.

Pengalaman telah menunjukkan bahwa dana sangat dibutuhkan, khususnya pada awal dan selama masa penyebarluasan gagasan inovasi. Ini mungkin terkait dengan kenyataan bahwa bantuan dari luar, peralatan baru, realokasi, buku teks dan lain-lain diperlukan selama fase awal. Sumber dana yang dialokasikan untuk perubahan sering kali tidak disediakan dari anggaran tahunan.

Media informasi dan tindak lanjutnya sering dibutuhkan selama fase penyebarluasan gagasan inovasi. Dalam kaitan ini penting untuk dikemukakan bahwa dana saja tidak cukup untuk melakukan perbaikan dalam praktek di organisasi. Sumber daya keahlian seperti pengetahuan dan keterampilan individu dalam organisasi yang dilibatkan dalam upaya inovasi ini merupakan faktor yang sama pentingnya. Dengan kata lain, jarang sekali dapat memiliantara satu jenis sumber atau jenis sumber lainnya, melainkan memerlukan semua jenis sumber itu. Jelaslah bahwa kurangnya sumber tertentu dapat dengan mudah.

3. Hambatan Nilai

Hambatan nilai melibatkan kenyataan bahwa suatu inovasi mungkin selaras dengan nilai-nilai, norma-norma dan tradisi-tradisi yang dianut organisasi tertentu, tetapi mungkin bertentangan dengan nilai-nilai yang dianut sejumlah organisasi lain. Jika inovasi berlawanan dengan nilai-nilai sebagian individu dalam organisasi, maka bentrokan nilai akan terjadi dan penolakan terhadap inovasi-pun akan muncul.

Berbicara tentang penolakan terhadap perubahan atau terhadap nilai-nilai dan pendapat yang berbeda, dalam banyak kasus itu tergantung pada definisi yang digunakan. Banyak inovator telah mengalami konflik yang jelas dengan orang lain, tetapi setelah dieksplorasi lebih jauh, ternyata ditemukan adanya kesepakatan dan aliansi dapat dibentuk. Pengalaman ini dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa sering kali orang dapat setuju mengenai sumber daya yang dipergunakan. Kadang-kadang hal ini terjadi tanpa memandang nilai-nilai. Dengan demikian kesepakatan atau ketidaksepakatan di permukaan mudah terjadi dalam kaitannya dengan aliansi. Sering kali aliansi itu terbukti sangat penting bagi implementasi inovasi.

C. Implementasi Inovasi Kurikulum

Dalam penelitian ini, penulis menyajikan contoh implementasi inovasi kurikulum di Program Studi Magister Ekonomi Syariah (Prodi MES) di Universitas Islam Bandung (UNISBA). Prodi MES mulai menyelenggarakan pembelajaran pada tahun ajaran 2017/2018. Pada saat memulai kegiatan pembelajaran Prodi ini menawarkan tiga peminatan yaitu Manajemen Keuangan Syariah (MES), Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah. Dengan kurikulum yang disusun ulang berdasarkan kebutuhan sesuai masukan dari stake holders.

Berselang dua tahun, tepatnya pada masa tahun ajaran 2019/2020 Prodi MES mengadakan tinjauan kurikulum dengan menghadirkan Ketua Prodi Ekonomi Islam Bandung, pengurus Asosiasi Bank Syariah Indonesia, pengurus Lembaga Amil Zakat Nasional, ketua Badan Amil Zakat Kota Bandung dan ketua JABAR Preuner. Setelah melakukan diskusi yang relatif komprehensif dan integral, Prodi MES UNISBA mengubah peminatan menjadi Manajemen Bisnis Syariah (tetap ditawarkan kepada calon mahasiswa), peminatan Keuangan dan Perbankan Syariah (Gabungan dari Peminatan Manajemen Keuangan Syariah dan Peminatan Bank Syariah) dan Peminatan Manajemen Filantropi Islam/Manajemen Zakat Infak, Sedekah dan wakaf (peminatan baru). (Hasil wawancara dengan dosen MES UNISBA pada tanggal 20 Maret 2020).

Sedangkan usaha untuk mencapai sasaran hasil inovasi tersebut, Prodi MES UNISBA melakukan difusi kepada BPM (Badan Penjaminan Mutu). Setelah difusi terlaksana dan inovasi kurikulum disetujui. Prodi MES UNISBA merencanakan melakukan diseminasi di berbagai perguruan tinggi yang memiliki Prodi Ekonomi Syariah dan prodi serumpun Strata satu yang akan menjadi calon mahasiswa dan masyarakat umum.

Inovasi kurikulum yang dilakukan Program Studi Magister Ekonomi Syariah UNISBA tersebut, patut diduga kuat berkaitan erat dengan situasi dan kondisi perkembangan ekonomi dan keuangan syariah saat ini baik pada level nasional maupun global yang sebelum pandemi covid-19 relatif menggembirakan. Saat ini, di berbagai kawasan belahan dunia tumbuh subur institusi keuangan Syariah.

Tidak kurang dari 75 (tujuh puluh lima) negara di dunia yang telah memiliki dan mempraktikkan sistem ekonomi dan keuangan Syariah, baik di Asia, Eropa, Amerika, maupun Australia.¹³ Nandang Ihwanudin juga menambahkan bahwa, tantangan ekonomi dan keuangan Syariah saat ini tidak perlu dirisaukan karena tiga alasan berikut: 1) respons masyarakat yang antusias, 2) dukungan yang positif bukan hanya dari sektor ekonomi dan keuangan Syariah, melainkan dari sektor pendidikan, hukum, dan lainnya, dan) pengembangan instrumen ekonomi dan keuangan Syariah yang semakin variatif dan menarik.¹⁴

Perkembangan hukum Islam di Indonesia, termasuk di dalamnya Hukum Ekonomi Islam (*muamalah maliyah*) dan Ekonomi Islam (*iqtishadiyah*) memiliki peluang yang sangat cerah dalam pembangunan hukum nasional. Peluang bagi masa depan hukum Islam, ekonomi dan bisnis Islam di Indonesia juga terbuka karena telah hadir aturan-aturan dalam hukum ekonomi Islam yang telah disahkan menjadi hukum nasional, hal ini menunjukkan bagaimana *political Will* pemerintah dan DPR yang memberikan respon dan peluang yang baik bagi akselerasi bagi hukum Islam juga hukum ekonomi Islam.¹⁵ Oleh karena itu inovasi kurikulum yang dilakukan Magister Ekonomi Islam UNISBA dipandang sejalan dengan perkembangan ekonomi dan bisnis syariah dan juga pada sektor filantropi Islam.

¹³ <https://scholar.google.com>.

¹⁴ Nandang Ihwanudin, "Hukum Ekonomi Syariah dalam Pentas Ekonomi Global dan Pertumbuhan Ekonomi Dunia", dalam jurnal *Misykat Ilmu-ilmu al-Qur'an, Hadis, Syariah dan Tarbiah*, Volume. 02 No. 01, 2017, 109.

¹⁵ Nandang Ihwanudin, *Buya HAMKA dan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Bandung: P2U, 2020), 267.

D. Penutup

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi kurikulum yaitu suatu gagasan atau tindakan-tindakan tertentu dalam bidang kurikulum yang dianggap baru untuk menyelesaikan permasalahan pendidikan. Sedangkan difusi inovasi pendidikan adalah proses mengkomunikasikan untuk memberikan suatu pengertian dalam bidang pendidikan agar tercapainya suatu pemahaman yang dapat diterima masyarakat. Adapun diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan dan dikelola. Sedangkan proses keputusan inovasi mutlak diperlukan oleh berbagai level pendidikan.

Hal ini didasari bahwa globalisasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, permasalahan yang berkembang di masyarakat dan kebutuhan di dunia usaha serta dunia kerja dan industri harus dijawab oleh dunia pendidikan. Hal ini pula yang menjadi dasar Prodi MES UNISBA dengan cepat merespon perkembangan ekonomi nasional dan global dengan melakukan inovasi kurikulum.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, R, *Pengantar Pendidikan Asas dan Filsafat Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Al-Tabany, T.I.B, *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif Progresif dan Kontekstual*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Ananda, Rusydi, *Inovasi Pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi Pendidikan*, Medan: CV. Widya Puspita, 2017.
- Basri, H, *Landasan Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Cuban, I, *Curriculum tability Ana Chage. Dalam Handbook of Research on Curriculum*, New York: Macmillan Publishing Co, 1991.
- Danim, S, *Inovasi Pendidikan, Dalam Upaya Peningkatan Profesionalisme Tenaga Kependidikan*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pembelajaran*, Jakarta: Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan, 2008.
- Jamaris, M, *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Yayasan Penamas Murni, 2010.
- Ihwanudin, Nandang, *Buya HAMKA dan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, Bandung: P2U, 2020.
- <https://scholar.google.com>.
- Ihwanudin, Nandang, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Pentas Ekonomi Global dan Pertumbuhan Ekonomi Dunia*. Misykat jurnal Ilmu-ilmu al-Qur'an, Hadis, Syariah dan Tarbiah, Volume 02 No. 01, 2017.
- Mulyasa, E, *Kurikulum Berbasis Kompetensi, Konsep, Karakteristik dan Implementasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- _____, *Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan, Suatu Panduan Praktis*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- _____, *Pengembangan dan Implementasi Kurikulum 2013*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Nasution, I. dan Siahaan, A, *Manajemen Pengembangan Profesionalitas Guru*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2009.

- Nata, Abuddin, *Manajemen Pendidikan, Mengatasi Kelemahan Pendidikan Islam di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional nomor 16 tahun 2007 tentang Standar Kualifikasi Akademik dan Kompetensi Guru.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 74 Tahun 2008 tentang Guru.
- Rogers, E.M, *Diffusion of Innovation*, New York: The Free Press, 2003.
- Rosyada, D, *Paradigma Pendidikan Demokratis, Sebuah Model Pelibatan Masyarakat dalam Penyelenggaraan Pendidikan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Rusdiana, A, *Konsep Inovasi Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Sagala, S, *Manajemen Berbasis Sekolah dan Masyarakat, Strategi Memenangkan Persaingan Mutu*, Jakarta: Nimas Multima, 2005.
- Sa'ud, Udin. S, *Inovasi Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suparman, A, *Desain Instruksional Modern, Panduan Para Pengajar dan Inovator Pendidikan*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Suwarno, *Pengantar Umum Pendidikan*, Jakarta: Aksara Baru. 1985.
- Syafaruddin, dkk, *Inovasi Pendidikan, Suatu Analisis Terhadap Kebijakan Baru Pendidikan*, Medan: Perdana Publishing, 2015.
- _____, *Pengelolaan Pendidikan Mengembangkan Keterampilan Manajemen Pendidikan Menuju Sekolah Efektif*, Medan: Perdana Publishing, 2011.
- Tatang, S, *Manajemen Pendidikan Berbasis Sekolah*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Tilaar, H.A.R, *Pendidikan, Kebudayaan dan Masyarakat Madani Indonesia*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- _____, *Paradigma Baru Pendidikan Nasional*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Tim Dosen FIP IKIP Malang, *Pengantar Dasar-Dasar Kependidikan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1988.