



INOVASI DAN BUDAYA KERJA

Inovasi, tiada henti! demikian sepenggal kalimat propaganda suatu produksi. Kalimat yang diucapkan berulang-ulang melekat dalam ingatan konsumen, sehingga inovasi dari setiap produk ini akan terus dinanti dan diminati. Demikian pula ketika kita memilih barang kebutuhan di *supermarket* atau toko serba ada. Saat dihadapkan pada dua pilihan dari jenis barang yang ingin kita beli, kita pasti memilih yang kemasannya lebih menarik dan komposisinya sesuai yang dibutuhkan. Kedua fenomena ini menunjukkan bahwa setiap saat kita tertarik pada sesuatu yang baru, suasana baru, kebijakan baru dalam suatu perubahan yang lebih baik, lebih menarik dan bermanfaat. Bagaimana semua akan terwujud, itulah proses menuju inovasi.

Kata inovasi yang semakin sering terdengar dan gencar diucapkan dalam berbagai forum resmi maupun diskusi informal tentu bukan sebatas sensasi sebuah produksi, namun juga pada setiap kebijakan populer yang menjadi gebrakan para pemimpin perubahan.

Di dalam tubuh birokrasi, dinamika administrasi cenderung mengalami stagnasi. Dibutuhkan perbaikan sistem birokrasi dan manajemen sumber daya manusia berkualitas dan menghasilkan budaya kerja yang optimal dalam mewujudkan inovasi yang mulai menjalar tidak hanya ditubuh Pemerintah Pusat, namun juga kabupaten/kota bahkan hingga ke masyarakat pedesaan. Inovasi senyatanya harus dijadikan faktor pengungkit yang mampu memberikan perubahan maupun kemanfaatan. Apa yang telah dilakukan oleh Ridwan Kamil yang bergerak cepat merubah wajah kota Bandung dan Tri Rismaharini dengan kota Surabayanya

membuktikan keberhasilan memimpin dengan keberanian berinovasi. Karena mengembangkan inovasi harus dimulai dari tekad untuk berubah.

Namun inovasi tetap menjadi sesuatu yang terasa sulit jika dibayangkan sebagai sederetan konsep dengan langkah-langkah yang harus direncanakan secara detail. Inovasi sesungguhnya adalah sesuatu yang bergerak bebas menempati ruang pikir pada inovator yang peduli terhadap perubahan. Inovasi bukanlah dogma, bukan juga perintah yang harus dituruti. Inovasi adalah perubahan yang bermanfaat dalam membedakan kondisi *stagnant* yang rentan terhadap perubahan. Inovasi membutuhkan *fast action* yang selalu dikaitkan dengan kinerja aktor di belakang layar. Menemu kenali inovasi biasanya lebih mudah dalam struktur pertumbuhan ekonomi yang berorientasi pada produk-produk teknologi tinggi, karena dampaknya mempengaruhi pencapaian kemakmuran dan kemajuan suatu bangsa. Sementara dalam lingkup birokrasi, inovasi merangkak tertatih-tatih dalam sistem yang seolah telah mapan. Tuntutan kinerja yang tinggi belum menjadi cemeti yang menyadarkan. Sehingga ketika tantangan untuk berkompetisi menghadang, kita masih saling menyalahkan siapa yang seharusnya bertanggungjawab untuk bertarung dalam persaingan global.

Inovasi menjadi tamu asing, saat kita masih terbelenggu dengan cara berpikir konservatif. Berinovasi harus berani berpikir berbeda, sebagaimana yang dilakukan Steve Jobs dengan “*apple*”nya yang didirikan pada tahun 1976 yang sempat ditinggalkannya dan kemudian kembali pada pada tahun 1997 untuk menyelamatkan *Apple* dari kebangkrutan dan membawa kembali *Apple* menuju kejayaan hingga akhir hayatnya. Apa yang dilakukannya hanyalah mengajak seluruh karyawannya mengusung ide dan pemikiran berbeda, untuk menciptakan produk sederhana dan *user friendly*. Siapa pernah menyangka bahwa ide sederhana ini mengantarkan *apple* sukses dan menjadikan kreativitas dan keberanian mengambil risiko dalam menciptakan inovasi menjadi budaya kerja *Apple*.

Demikian pula dengan pendekatan inovasi yang dilakukan oleh *Google* dengan *Innovation Time Off* yaitu memberi kebebasan karyawannya untuk melakukan apa pun di hari Jumat yang merupakan 20% dari total jam kerja digunakan untuk berinovasi. Kebijakan ini sesuai dengan budaya kerja di *Google* yang memang informal sehingga menghasilkan produk *google* yang spektakuler seperti *Gmail*, *Google News*, *AdSense*, dan lain-lain.

Apple dan *Google* merupakan dua contoh keberhasilan berinovasi yang tidak lepas dari keberhasilan dalam membangun budaya kerja yang baik. Jepang juga telah membuktikan budaya kerja yang dibangun dengan komitmen, kesungguhan dan keberanian berimplikasi pada semangat dan kebangkitan pasca Bom Atom Hisroshima Nagasaki. Artinya sehebat apapun ide dan konsep inovasi direncanakan dengan baik, tidak akan memberi dampak jika tidak dibangun atas kesadaran berbudaya kinerja yang baik. Sebagaimana juga dicontohkan dari kegagalan *Nokia* yang pernah menguasai penjualan ponsel di pasar dunia. Perusahaan ini perlahan runtuh. Bukan disebabkan oleh produk mereka yang tidak bagus, namun lebih pada

kegagalan membangun kinerja dalam komunitas internal *Nokia*. Persaingan antar divisi untuk menciptakan produk yang lebih diminati pasar bukan dijadikan peluang sehat untuk berinovasi, namun justru menciptakan *gap* yang diwarnai kepentingan individu. Tidak adanya kolaborasi sesama membuat mereka tidak sensitif dengan perubahan selera pasar dan persaingan yang semakin dinamis.

Inovasi memang tertantang dalam posisi sulit dan tidak nyaman. Seperti bangkitnya masyarakat Jepang dari Bom Atom Hiroshima dan masyarakat Aceh dari bencana gelombang tsunami. Namun apakah kita harus menanti bencana terulang untuk sekedar sadar akan pentingnya berinovasi? Tentu tidak, karena inovasi harus dimulai dari cara berpikir yang berbeda untuk menghasilkan budaya kerja yang lebih baik.

Nurul Hidayah