

## STRATEGI MENGEMBANGKAN INOVASI PEMBELAJARAN BERBASIS KUANTUM

Muh Idris

STAI Luqman Al Hakim

### Abstrak

*Penelitian ini akan membahas dua hal, yang pertama adalah Manajemen Strategi dan Inovasi Pembelajaran Berbasis kuantum. Kedua pembahasan tersebut sangat penting untuk dikolaborasi agar terjadi pengembangan. Baik dalam pengembangan kurikulum maupun strategi Pendidikan.*

*Setelah melaksanakan kajian mendalam, ditemukan bahwa Strategi yang digunakan kepala sekolah dalam mengembangkan inovasi pembelajaran itu dengan cara menggunakan strategi standarisasi yang mana semua program yang direncanakan mempunyai suatu ukuran dan target sesuai dengan apa yang direncanakan. Yaitu dengan cara melakukan inovasi yang tetap menitik beratkan pada kemampuan dasar dan psikologis anak didik bersama tim suksesnya yang terdiri dari penanggung jawab antara lain Waka-Waka dan guru-guru senior yang berkompeten di bidangnya.*

*Strategi tersebut kemudian menghasilkan Inovasi pembelajaran berbasis kuantum yang sangat baik, dikarenakan inovasi yang ada menyeluruh yaitu meliputi perencanaan pembelajaran, proses pembelajaran, metode pembelajaran dan evaluasi pembelajaran. Inovasi atau perombakan pembelajaran mengacu pada kurikulum yang ada baik kurikulum DIKNAS dan lokal.*

Kata Kunci : *Strategi, Pembelajaran kuantum*

### A. Latar Belakang

Saat ini pembangunan pendidikan nasional belum mencapai hasil maksimal. Mutu akademik antar-bangsa melalui *Programme for Internasional Student Assessment (PISA)* 2003 menunjukkan bahwa dari 41 negara yang disurvei, untuk bidang IPA, Indonesia menempati peringkat ke-38; sementara untuk bidang matematika dan bahasa-khususnya dalam hal kemampuan membaca-menempati peringkat ke-39. Mutu non akademik juga bermasalah, sebagaimana yang dapat dilihat dari perilaku dan sikap sebagian siswa dalam kehidupan sosial yang tidak sejalan dengan nilai dan norma sosial yang berlaku .

Salah satu sebab rendahnya mutu pendidikan adalah belum efektifnya proses pembelajaran. Proses pembelajaran selama ini masih berorientasi pada penguasaan materi dan hafalan sehingga kemampuan belajar peserta didik terhambat. Pada sisi lain, penerapan metode pembelajaran yang berorientasi pada guru mengabaikan

hak-hak dan kebutuhan, serta pertumbuhan dan perkembangan para siswa sehingga proses pembelajaran yang menyenangkan dan mencerdaskan tidak optimal. Akibatnya, gagasan kreatif dan inovatif siswa tumpul.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi dan informasi yang cepat dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam bidang pendidikan, merupakan suatu upaya untuk menjembatani masa sekarang dan masa yang akan datang dengan jalan memperkenalkan pembaharuan-pembaharuan yang cenderung mengejar efisiensi dan efektifitas.

Pembaharuan mengiringi perputaran zaman yang tak henti-hentinya berputar sesuai dengan kurun waktu yang telah ditentukan. Kebutuhan akan layanan individual terhadap peserta didik dan perbaikan kesempatan belajar bagi mereka, telah menjadi pendorong utama timbulnya pembaharuan pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu mengantisipasi perkembangan tersebut dengan terus menerus mengupayakan suatu program yang sesuai dengan perkembangan zaman, situasi, kondisi, dan kebutuhan peserta didik.<sup>2</sup>

## **B. Pengertian Strategi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* (seratos militer dan ag = memimpin) yang berarti “*general ship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang. Strategi pertama kali digunakan dalam dunia militer, sedangkan bisnis baru mulai mengadopsi pada pertengahan tahun 60-70an, sehingga semua konsep yang digunakan dalam manajemen strategic berasal dari dunia tersebut, antara lain misi (*Mission*), SWOT *analysis*, tujuan (*goal*), sasaran (*objective*), dan strategi. Sehingga dalam penyusunan suatu rencana bisnis atau tepatnya pada saat perencanaan strategic melakukan langkah-langkah manajemen strategic, maka ia juga melakukan hal yang sama dengan yang dilakukan oleh perwira tinggi militer atau

---

<sup>1</sup> Bambang Yulianto, *Pembelajaran Inovatif Bahasa*. Indoneisa. (Surabaya : Unesa University Press, 2009 )

<sup>2</sup> Udin Saefudin Sa'ud, *Inovasi Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta), 1.

para jenderal. Yang membedakan keduanya hanya pada asumsi dasar yang digunakan untuk penyusunan strategi tersebut. Jika dalam dunia bisnis asumsi dasar yang digunakan adalah untuk memenangkan persaingan maka dalam dunia militer asumsinya adalah bagaimana menyelesaikan sebuah konflik.

Pencapaian tujuan organisasi diperlukan alat yang berperan sebagai akselerator dan dinamisator sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, strategi diyakini sebagai alat untuk mencapai tujuan.

Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Dalam membahas perkataan "*strategik*" sulit untuk dibantah bahwa penggunaannya diawali dari dan populer di lingkungan militer. Di lingkungan tersebut penggunaannya lebih dominan dalam situasi peperangan, sebagai tugas seorang komandan dalam menghadapi musuh, yang bertanggung jawab mengatur cara atau taktik untuk memenangkan peperangan.

Tugas itu sangat penting yang dalam arti sangat strategis bagi pencapaian kemenangan sebagai tujuan peperangan. Oleh karena itu jika keliru dalam memilih dan mengatur cara dan taktik sebagai strategi peperangan, maka nyawa prajurit akan menjadi taruhannya. Dengan demikian yang dimaksud strategi dalam peperangan adalah pengaturan cara untuk memenangkan peperangan.

Tetapi masih banyak orang keliru dalam membedakan antara strategi dan taktik. Perbedaan yang paling mudah diantara keduanya adalah saat kita memutuskan **apa** yang seharusnya kita kerjakan, kita memutuskan sebuah strategi. Sedangkan jika kita memutuskan **bagaimana** untuk mengerjakan sesuatu, itulah yang disebut taktik. Dengan kata lain, menurut Drucker, strategi adalah mengerjakan sesuatu yang benar (*doing the right things*). Dan taktik adalah mengerjakan sesuatu dengan benar (*doing the things right*). Sedangkan menurut Karl Von Clausewitz, strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang sedangkan taktik adalah seni menggunakan tentara dalam sebuah pertempuran.

Sejalan dengan pengertian di atas, dari sudut *etimologis* berarti penggunaan kata “strategic“ dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategik organisasi.

Dan dapat disimpulkan juga bahwa strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi.

### C. Unsur-unsur Strategi

#### 1. Visi

Ide dasar dari penyusunan visi dan misi pertama kali diungkapkan oleh bapak Ilmu Manajemen Modern yaitu *Peter Drucker* pada tahun 1970-an *Drucker* mengatakan bahwa setiap bisnis atau perusahaan atau juga lembaga pendidikan yang didirikan akan selalu dihadapkan pada pertanyaan “ apa yang kita inginkan dimasa depan?

Oleh karena itu langkah awal dalam strategi adalah penetapan visi. Visi merupakan bayangan cermin mengenai keadaan internal dan kehandalan inti seluruh organisasi. Seringkali dalam melihat pengertian visi tertukar artinya dengan misi. Oleh karena itu, perlu batasan yang agak spesifik tentang *terminology* visi sehingga mudah membedakan dengan misi dalam melihat tantangan masa depan (*future*) yang realistis dan ingin diwujudkan dalam kurun waktu tertentu (dapat mengisyaratkan adanya misi dan tantangan).

Mendefinisikan visi secara jelas bagi organisasi merupakan tahap terpenting dalam proses ini. Konsep visi dalam manajemen pendidikan menjadi sangat penting, sebagaimana digambarkan Foreman.

“ kondisi kontemporer menurut pemimpin untuk memproses visi masa depan yang lebih jelas bagi dirinya sendiri dan organisasinya, dan mampu mengkomunikasikan atau mendemonstrasikan dirinya sebagai figure yang persuasive dan berpendirian tanpa visi, maka organisasi dan orang-orang

didalamnya tidak mempunyai arahan yang jelas, tidak mempunyai cara yang tepat dalam melangkah ke masa depan dan tidak memiliki komitmen”

Visi merupakan ciri khas kepemimpinan. Visi menggambarkan masa depan organisasi yang diinginkan. Itu berkaitan erat dengan tujuan sekolah dan perguruan tinggi, yang diekspresikan dalam terma-terma nilai dan menjelaskan arah organisasi yang diinginkan. Ia harus mampu memberikan inspirasi, dengan demikian maka anggota organisasi akan termotivasi untuk bekerja dengan penuh semangat dan antusias. Ia sangat identik dengan perbaikan sekolah.<sup>3</sup>

Visi menjawab pertanyaan “*what do we want to become?*”. *Vision statement thinking about “what is our business in the future?”, or about “our mission in the future”. A Vision is a statement about the future, spoken or wraiten today it is a process of managing the present from a stretching view of the future.* Visi adalah pernyataan yang diucapkan atau ditulis hari ini, yang merupakan proses manajemen saat ini yang menjangkau ke depan.<sup>4</sup> Visi adalah masa depan yang dipilih, sebuah keadaan yang diinginkan. Ia merupakan sebuah ekspresi optimisme dalam lingkungan birokrasi maupun non-birokrasi.

Hal ini lebih lanjut diungkapkan oleh Hax dan Majluf bahwa visi adalah pernyataan yang merupakan sarana untuk mengkomunikasikan alasan keberadaan organisasi dalam arti tujuan dan tugas pokok, memperlihatkan Framework hubungan antara organisasi dengan stakeholders, dan menyatakan sasaran utama kinerja organisasi dalam arti pertumbuhan dan perkembangan. Pernyataan visi perlu diekspresikan dengan baik agar mampu menjadi tema yang mempersatukan semua unit dalam organisasi, menjadi media komunikasi dan motivasi semua pihak, serta sebagai sumber kreatif dan inovasi organisasi.

Kriteria-kriteria pembuatan visi meliputi antara lain:

- a. Visi bukanlah fakta, tetapi gambaran pandangan ideal masa depan yang ingin diwujudkan.
- b. Visi dapat memberikan arahan mendorong anggota organisasi untuk menunjukkan kinerja yang baik.

---

<sup>3</sup> Tony Bush & Marianne Coleman, *Manajemen Strategis Kepemimpinan Pendidikan*, (Yogyakarta: IRCisoD, 2006), 36.

<sup>4</sup> Akdon, *Strategic Management For Educational Management*, (Bandung: Alfabeta 2006), 95.

- c. Dapat menimbulkan inspirasi dan siap menghadapi tantangan.
- d. Menjembatani masa kini dan masa mendatang.
- e. Gambaran yang realistik dan kredibel dengan masa depan yang menarik.
- f. Sifatnya tidak statis dan tidak untuk selamanya.

Suatu visi agar menjadi realistis, dapat dipercaya, meyakinkan, serta mengandung daya tarik maka dalam proses pembuatannya perlu melibatkan semua *stakeholder*. Selain keterlibatan berbagai pihak, visi perlu secara intensif dikomunikasikan kepada semua anggota organisasi yang sehingga merasa sebagai pemilik visi tersebut. Hal ini yang terkadang *simple* namun sering dilupakan dalam pembuatan visi bahwa visi akan lebih mudah diingat dan dijadikan komitmen jika dibuat dalam kalimat yang singkat. Seperti disebutkan di atas bahwa visi adalah pernyataan dari organisasi tentang tujuan utama organisasi, kebijakan, dan nilai-nilai yang dianut. Sebagai pernyataan yang bersifat permanent, visi tidak perlu di *up-dated* pada setiap *planning cycle* (misalnya 1 tahun), namun visi ini merupakan subjek untuk direvisi dalam interval yang lebih lama misalnya lima tahun atau lebih.

## 2. Misi

Visi yang telah kita peroleh harus kita terjemahkan ke dalam guidelines yang lebih pragmatis dan kongkrit yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan strategi dan aktifitas dalam organisasi. Untuk hal itu dibutuhkan misi. Pernyataan dalam misi lebih tajam dan lebih detail jika dibandingkan dengan visi. Dan visi yang telah ada tersebut akan sangat sulit dimengerti oleh pihak yang ada di dalam organisasi atau lembaga pendidikan karena sifatnya yang multi dimensi, tidak tertulis dan hanya ada dalam benak para pendiri. Pihak-pihak terkait ataupun personil yang baru saja masuk ke dalam organisasi tentunya tidak akan mengerti arah mana yang akan dituju oleh perusahaan tempat mereka bekerja.

Agar setiap orang dalam organisasi memahami cita-cita perusahaan maka dipandang perlu “visi” tersebut dibuat secara tertulis. Visi tertulis inilah yang dikenal sebagai “*Mission Statement*” atau pernyataan misi.

Misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dicapai organisasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan di masa datang.<sup>5</sup> Pernyataan misi mencerminkan tentang segala sesuatu penjelasan tentang produk atau pelayanan yang ditawarkan yang sangat diperlukan oleh masyarakat untuk pencapaian misi. *Mission statement are enduring statement of purpose that distinguish one business from other similar firm. A mission statement identifies the scope of affirm operations in product and market term. It addresses the basic question that faces all strategies "what is our business?"* suatu pernyataan misi yang baik adalah bagian untuk dapat membuat, mengaplikasi, dan mengevaluasi strategi. Mengembangkan dan mengkomunikasikan pernyataan misi yang baik adalah salah satu tahap yang terpenting di dalam manajemen strategic. Seiring berubahnya waktu suatu pernyataan misi seharusnya selalu direvisi untuk disesuaikan dengan perubahan-perubahan yang terjadi, tetapi revisi tersebut dapat dilakukan jika telah dipersiapkan dengan teliti dan hati-hati.<sup>6</sup> Misi ini biasanya mudah diingat dan memberi pedoman pelaksanaan bagi seluruh anggota organisasi. Walaupun terkadang ia mirip dengan visi, namun misi biasanya lebih spesifik dalam mengekspresikan nilai-nilai institusi, ia juga dianggap sebagai sarana untuk menterjemahkan inspirasi kedalam realitas.<sup>7</sup>

Definisi di atas memperlihatkan bahwa pernyataan misi memperlihatkan tugas utama yang harus dilakukan organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Dalam pernyataan misi terkandung definisi yang jelas tentang pekerjaan atau tugas pokok yang diemban suatu organisasi dan yang diinginkan dalam kurun waktu tertentu. Pernyataan misi menunjukkan dengan jelas arti penting eksistensi organisasi, karena misi mewakili alasan dasar untuk berdirinya organisasi.

Banyak organisasi gagal karena pernyataan misi yang dirumuskan hanya memperhatikan kepentingan dirinya sendiri saja, dan mengabaikan kepentingan masyarakat pelanggan maupun stakeholder. Oleh karena itu misi harus jelas menyatakan kepedulian organisasi terhadap kepentingan pelanggan.

---

<sup>5</sup> Ibid, 97.

<sup>6</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik.*, 40.

<sup>7</sup> Tony dan Marianne Coleman, *Manajemen Strategis Kepemimpinan Pendidikan.*, 41.

Pernyataan misi yang jelas akan memberi arahan jangka panjang sehingga memberikan stabilitas manajemen dan kepemimpinan organisasi. Rumusan misi harus selalu berada di depan meja seluruh anggota organisasi. Proses pengembangan misi sangat ditentukan oleh aspirasi dan persepsi pelanggan maupun input dari stakeholder. Namun, demikian rumusannya seharusnya tidak terlalu melebar yang mengakibatkan organisasi bergerak dalam segala hal sehingga tidak efektif.

Misi merupakan dasar dari tahap berikutnya dalam *management strategic* seperti *critical factors (CsFs)*, tujuan dan sasaran organisasi.

Misi berubah apabila kehendak (*purpose*) organisasi berubah atau karena adanya validasi langkah/ komponen manajemen strategic yang lain. Misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dicapai organisasi di masa mendatang oleh semua pihak yang berkepentingan dalam organisasi.

### 3. Nilai-Nilai

Kata value berasal dari bahasa Prancis: *valoir*, suatu kata kerja yang berarti "bernilai". Nilai menjelaskan bagaimana kita dapat setiap harinya melakukan tugas kita masing-masing dalam rangka mencapai visi organisasi.

Nilai adalah ukuran yang mengandung kebenaran/kebaikan mengenai keyakinan dan perilaku organisasi yang paling dianut dan digunakan sebagai budaya kerja dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan misi dalam rangka mencapai visi organisasi. *Values are the organization's strongest beliefs about what is important to it, and what behaviours are right or wrong. Values are the qualities that shape beliefs / behaviors and served as essential benchmarks for decision making by individuals in the organization.* Teori nilai mempertimbangkan pada prinsip-prinsip atau kualitas berpikir tentang apa yang diinginkan, yang berguna, atau yang baik, nyata, indah, dan sacral.<sup>8</sup>

Definisi lain menyebutkan bahwa nilai adalah aturan-aturan atau pedoman yang dibuat dan dianut oleh suatu organisasi yang mengikat anggota-anggotanya

---

<sup>8</sup> Akdon, *Strategic Management*, 100.

untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang dianut itu, konsisten dengan peraturan-peraturan.

Kriteria nilai antara lain:

1. Kriteria tentang kebaikan dan kebenaran yang diyakini dan diterapkan dalam kehidupan organisasi.
2. Faktor penggerak perilaku organisasi dan mendorong keunggulan karyawan/individu dalam organisasi.
3. Mampu mengklarifikasi ekspektasi kinerja mutu.
4. Menghargai pelanggan, supplier, vendor dan masyarakat luas.
5. Perilaku pimpinan sehari-hari sebagai teladan.
6. Sangat menentukan pencapaian misi dan visi.

Nilai individu dan nilai organisasi sangat menentukan tercapainya baik visi maupun misi. Oleh karena itu strategi yang dipilih harus sesuai dengan kemampuan sumber daya maupun nilai yang dimiliki organisasi karena merupakan kekuatan riil selama perjalanan mencapai tujuan jangka panjang organisasi.<sup>9</sup>

#### 1. Tujuan

Dalam menjalankan misinya lembaga pendidikan akan menentukan tujuan-tujuan yang harus dicapai dalam rangka menetapkan standar yang harus dipenuhi sebagai tolok ukur keberhasilan sebuah misi. Tujuan merupakan suatu pernyataan kualitatif mengenai keadaan atau hasil yang ingin dicapai di masa akan datang.

Langkah sebelumnya yang dialami adalah penetapan faktor-faktor kunci keberhasilan. FKK adalah bidang atau topik yang terkait dengan visi dan misi secara keseluruhan, pencapaian FKK sangat mempengaruhi kinerja organisasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan visi organisasi.

Dalam kerangka berpikir manajemen strategik, tujuan tidak harus merupakan target-target yang bersifat kuantitatif dari suatu organisasi. Pencapaian tujuan merupakan ukuran dari keberhasilan kinerja faktor-faktor kunci keberhasilan suatu organisasi.

---

<sup>9</sup> Ibid, 102

Oleh karena itu tujuan merupakan bagian integral dari proses manajemen strategik yang didalamnya mengandung usaha untuk melaksanakan suatu tindakan. Untuk itu tujuan haruslah menegaskan tentang apa yang secara khusus harus dicapai dan kapan pencapaian tujuan dapat menjadi tolok ukur untuk menilai kinerja organisasi. Secara singkat, kriteria tujuan adalah PAIN= *Prifitable, Achievable, Important and Numerical (No Pain No Gain)* dan GAIN (*Goals are improvement number*).<sup>10</sup>

Seorang ahli pembuat strategi yang bernama George A. Steiner memberikan beberapa prinsip yang harus dipertimbangkan dalam proses penentuan tujuan perusahaan. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

a. Sesuai/cocok (*suitable*)

Tujuan harus mempunyai sumbangan yang berarti untuk menggerakkan perusahaan dalam arah yang benar untuk mencapai misinya.

b. Layak/dapat dicapai (*Feasible/Achievable*)

Tujuan adalah sesuatu yang benar-benar dapat dicapai oleh perusahaan dengan sumber daya yang tersedia.

c. Lentur/fleksibel (*Flexible*)

Tujuan harus dimungkinkan untuk dimodifikasi dimasa akan datang jika keadaan mendesak karena adanya perubahan lingkungan yang mendadak.

d. Memotivasi (*Motivating*)

Tujuan yang baik adalah yang dapat memotivasi karyawan untuk mencapainya, sehingga tujuan tidak harus terlalu mudah ataupun terlalu sulit dan menyebabkan hal tersebut diluar jangkauan perusahaan.

e. Dapat dimengerti (*Understandable*)

Bahasa yang dipakai untuk melukiskan/menyatakan tujuan haruslah mudah dimengerti sehingga pihak-pihak yang terkait dalam pencapaiannya tidak mengalami kebingungan.

---

<sup>10</sup> Ibid

f. Terkait (*Linkage*)

Tujuan haruslah konsisten dan mendukung misi perusahaan. Pencapaian tujuan diharapkan mencerminkan pencapaian misi.

g. Dapat diukur (*Measurable*)

Tujuan harus secara jelas dan konkret menyatakan apa yang akan dicapai dan kapan tujuan tersebut dicapai, sehingga dapat diterjemahkan ke dalam sasaran operasional. Dengan demikian, tujuan dapat diukur sepanjang waktu.

5. Sasaran (*Objectives*)

Sasaran organisasi merupakan penggambaran hal yang ingin, diwujudkan melalui tindakan-tindakan yang diambil organisasi guna mencapai tujuan. Sasaran organisasi merupakan bagian integral, tak terpisahkan dari suatu proses perencanaan strategik. Sasaran fokusnya pada action, yaitu kegiatan yang bersifat spesifik, terinci, dapat diukur dan dapat diwujudkan dalam SMART (*Spesifik, Measurable, Aggressive, and Attainable, Result-oriented, Time bound*). Sasaran juga harus menyatakan alokasi anggaran/sumber-sumber yang akan mendukung pelaksanaan kegiatan.<sup>11</sup>

Jika tujuan tidak diuraikan secara rinci, maka pencapaian tujuan-tujuan jangka panjang organisasi akan sulit untuk dicapai oleh pihak-pihak di dalam organisasi. Hal ini disebabkan karena tidak adanya suatu atandar kuantitatif yang harus dipenuhi/dicapai oleh pelaksana. Apakah penjualan meningkat sebesar 10% selama lima tahun merupakan suatu keberhasilan/kegagalan dari divisi/para karyawan. Kelemahan ini dapat diatasi dengan cara mengkuantifisir tujuan-tujuan jangka panjang tersebut menjadi jangka pendek dan lebih operasiol.

Bentuk tujuan yang telah terkuantifisir dikenal dengan nama sasaran (*objective*). Peter Drucker berpendapat bahwa manajemen berdasarkan sasaran adalah satu-satunya cara untuk mnjalankan sebuah bisnis, karena sasaran akan menjadi dasar untuk pendesainan struktur bisnis dan pekerjaan dari unit-unit individu serta

---

<sup>11</sup> Ibid, 103

manajer individu. Sasaran sebaiknya bersifat 1. lebih spesifik dari pada tujuan, 2. dibatasi waktu, 3. dapat diukur, 4. dapat dikuantifikasi.

Sasaran organisasi merupakan sesuatu yang penting karena merupakan salah satu tonggak (*Cornerstone*) dari proses perumusan perencanaan strategic yang efektif yang mendukung setiap butir tujuan, dan menyatakan tugas-tugas khusus (*specific tasks*) yang harus dirampungkan dalam jangka pendek (*short-term*) jika organisasi ingin sukses. Sasaran mengungkapkan tugas-tugas spesifik yang harus dilaksanakan dalam jangka pendek yang memungkinkan organisasi yang bersangkutan dapat berhasil. Keberhasilan organisasi diukur dengan cara membandingkan antara kesesuaian tujuan jangka panjang dengan SCFs, sehingga dengan demikian tercapai pula visi dan misi organisasi.

## 6. Analisis SWOT

Sampai pada rumusan faktor kunci keberhasilan (FKK), perlu dilakukan langkah-langkah teladan strategic yang berupa kegiatan. Telaah Lingkungan Internal (PLI), Telaah Lingkungan Eksternal (PLE) Kesimpulan Analisis Faktor Internal (KAFI), Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal (KAFE). Dalam hal ini analisis SWOT merupakan salah satu analisis pilihan (*strategic choice*) yang sudah sangat populer. Dalam proses pelatihan ini, analisis SWOT akan digunakan sebagai instrument analisis yang dapat dipertimbangkan penggunaannya, atau peserta bebas untuk memakai instrument lain yang dinilai lebih sesuai atau memadai dengan fokus-fokus yang telah ditentukan dalam simulasi sub kelompok atau kelompok. Karena tahapan ini merupakan kelanjutan dari tahapan sebelumnya, maka metode evaluasi dan analisis pada tahapan ini harus dapat mengakomodasi hasil analisis sebelumnya.<sup>12</sup>

Oleh karena itu analisis yang digunakan pada tahapan sebelumnya, juga digunakan pada tahapan ini.

Para penyusun strategi harus lebih berhati-hati dalam melakukan analisa lingkungan dikarenakan rumit serta tidak pastinya masa depan perusahaan. Sejumlah asumsi-asumsi yang relevan harus dikaji ulang setiap waktu agar

---

<sup>12</sup> Akdon, *Management Strategic*, 131.

penyesuaian-penyesuaian dapat segera dilakukan. Asumsi adalah suatu anggapan dasar yang ditetapkan sebelumnya agar suatu teori/keputusan dapat diimplementasikan.

Perubahan-perubahan yang terjadi pada asumsi akan mengakibatkan tidak berlakunya suatu strategi, walaupun strategi tersebut sangat baik dan tepat. Kegagalan penerapan strategi-strategi yang telah dibuat terkadang diidentikkan dengan kegagalan para penyusun strategi tanpa dikaji terlebih dahulu mengenai asumsi yang mendasari strategi tersebut. Dalam melakukan analisa eksternal, perusahaan menggali dan mengidentifikasi semua opportunity (peluang) yang berkembang dan menjadi trend pada saat itu serta threat (ancaman) dari para pesaing dan calon pesaing. Sedangkan analisa internal lebih memfokuskan pada identifikasi Strength (kekuatan) dan Weakness (kelemahan) dan organisasi. Dengan melakukan kedua analisa tersebut maka organisasi dikenal dengan melakukan analisa SWOT.<sup>13</sup>

#### **D. Macam-Macam Strategi**

Pada dasarnya setiap organisasi mempunyai suatu strategi hanya terkadang mereka tidak menyadari bahwa rencana dan aktifitas yang sedang dijalankan oleh organisasi adalah merupakan salah satu strategi. Ketidaktahuan ini lebih disebabkan dan tidak dibudidayakannya strategi-strategi tersebut oleh organisasi agar diketahui oleh semua pegawai.

Bentuk dari strategi dapat bervariasi dari industri ke industri lain, perusahaan satu ke perusahaan lain, dan dari situasi ke situasi lain yang berbeda. Sehingga setiap perusahaan mempunyai strategi sendiri yang berbeda dengan para pesaing. Namun ada sejumlah strategi yang umum dapat diterapkan pada berbagai bentuk industri dan ukuran organisasi/perusahaan. Strategi tersebut dikenal dengan "Strategi Generik".

##### **1. Strategi generik dari Glueck**

---

<sup>13</sup> Agustinus Sri Wahyuni, *Manajemen Strategik.*, 50.

Glueck berpendapat bahwa pada prinsipnya terdapat empat macam strategi generik. Keempatnya dikenal sebagai strategi stabilitas, strategi ekspansi, strategi penciutan, dan kombinasi dari salah satu atau lebih ketiga strategi yang pertama.

#### 1. Strategi stabilitas

- a. prinsipnya strategi ini menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan.
- b. lebih pada meningkatkan efisiensi disegala bidang untuk meningkatkan kinerja/ keuntungan.
- c. strategi mempunyai resiko yang rendah.
- d. digunakan pada suatu produk/bisnis yang berada pada tahap kedewasaan (*mature*)

#### 2. Strategi Ekspansi

- a. prinsipnya lebih melinitik beratkan pada penambahan / perluasan produk, pasar ataupun fungsi dalam perusahaan.
- b. lebih pada meningkatkan aktifitas perusahaan.
- c. karena adanya perluasan akan mengakibatkan strategi ini mengandung resiko yang tinggi.

#### 3. Strategi Penciutan

- a. perusahaan melakukan pengurangan atau suatu produk, pasar atau fungsi tertentu.
- b. menekankan pada pengurangan ataupun menutup unit bisnis yang mempunyai *cash flow negative*.
- c. biasanya diterapkan pada suatu bisnis yang berada pada tahap menurun.

#### 4. Strategi Kombinasi

a. pemakaian lebih dari satu strategi di atas untuk jangka yang berurutan ataupun pada waktu yang bersamaan. Misalnya pada waktu musim panas perusahaan X memakai strategi A tetapi pada musim dingin diganti dengan strategi B.<sup>14</sup>

## 2. Strategi Generik dari M. Porter

Jika perusahaan menjalankan bisnis, maka prinsip dasar untuk mencapai keuntungan yang tinggi adalah membeli dengan harga rendah dan menjualnya dengan harga tinggi.

Seperti dilukiskan pada gambar 5-1, bahwa semakin tingginya keuntungan dapat dicapai dengan menekan biaya serendah mungkin dan meningkatkan harga setinggi-tingginya. Prinsip inilah dipakai oleh semua bisnis pada era sebelum tahun 80-an.

## 3. Strategi Diferensi

Pada prinsipnya strategi diferensiasi adalah mengambil pelanggan sebagai titik perhatian utama. Strategi ini menitikberatkan pada membangun persepsi pembeli akan keunggulan kualitas, desain produk, teknologi, jaringan distribusi, image, berat, bahan atau pelayan. Perusahaan dapat menaikkan harga setinggi mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang besar, tetapi harus menciptakan produk yang bagi konsumen tampak berbeda ( lebih unggul ) ketimbang produk lain yang sudah ada sehingga tampak unik ( *different* ). Perbedaan / ciri khas dari produk inilah yang akan dibayar mahal ( premium ) dan menjadi suatu persepsi tersendiri bagi pembeli. Jika suatu saat produk-produk yang telah mempunyai persepsi berbeda di kepala konsumen mulai menurunkan harganya, maka hal tersebut justru akan membuat konsumen meragukan mutu produk yang bersangkutan.

Karena fokusnya pelanggan, maka strategi ini tidak hanya mencakup keunikan dari karakteristik produk atau jasa saja, melainkan ditentukan juga oleh aspek-aspek di luar karakteristik tersebut selama hal itu berhubungan dengan cara-cara bagaimana perusahaan melakukan bisnis dan hubungannya dengan pelanggan. Misalnya keunggulan diferensial yang dimiliki Mc Donald dalam bisnis fast-food, tidak hanya tergantung pada karakteristik makanan, minuman, dan

---

<sup>14</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, 81.

pelayanan yang diberikan tetapi juga dipengaruhi oleh sikap-sikap yang ditampilkan untuk kebahagiaan dan menarik minat anak-anak.<sup>15</sup>

#### 4. Strategi Fokus

Strategi ini dipakai oleh bisnis yang ingin menghindarkan diri dari konfrontasi langsung dengan cara pesaingnya yaitu dengan cara mengkonsentrasikan diri pada pangsa pasar yang lebih kecil. Prinsip dasarnya adalah menggunakan strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (low coast) atau diferensiasi untuk melayani pasar tertentu dengan lebih baik dari pada pesaing.

Prinsip dalam manajemen strategik adalah adanya *strategy formulation* yang mencerminkan keinginan dan tujuan organisasi yang sesungguhnya, adanya strategi implementasi yang menggambarkan cara mencapai tujuan (secara teknis strategi implementasi mencerminkan kemampuan organisasi dan alokasinya termasuk dalam hal ini adalah alokasi keuangan dengan anggaran berbasis kinerja) serta strategi evaluasi yang mampu mengukur, mengevaluasi dan memberikan umpan balik kinerja organisasi.

#### 5. Strategi Formulation

*Strategy formulation* ini sangat penting untuk dilaksanakan karena adanya keterbatasan yang dihadapi suatu organisasi misalnya, keterbatasan sumber dana dan kemampuan, jika dibandingkan dengan tujuan-tujuan yang diinginkan.

Sehingga perlu disusun strategi yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan kemampuan organisasi.<sup>16</sup>

Tujuan utama kegiatan formulasi strategi adalah pembuatan tujuan rasional. Rasionalitas ini dalam perkembangannya semakin kompleks karena pesatnya perkembangan lingkungan dimana organisasi tersebut berada. Perkembangan lingkungan ini menuntut organisasi agar selalu melakukan perubahan kearah perbaikan untuk mempertahankan eksistensinya. Kemampuan internal organisasi dan tuntutan perubahan eksternal merupakan dua komponen utama yang harus

---

<sup>15</sup> Ibid hal 83.

<sup>16</sup> Akdon, *Strategic Management*, 80.

dipertimbangkan dalam penyusunan strategik. Perumusan strategi yang realistis dan *up-to-date* adalah dua tuntutan yang harus dijawab dalam pembuatannya.

## 6. Strategy Implementation

Penyusunan strategi menjawab pertanyaan dimana kita sekarang, menuju kemana, dan bagaimana kita mengukur, strategi implementasi menjelaskan bagaimana kita menca;pai *outcomes*. Tujuan utama strategy implementation adlah tindakan mengimplementasikan strategi yang telah kita susun kedalam berbagai alokasi sumber daya secara optimal.

Dengan kata lain dalam membuat strategi implementasi kita menggunakan informasi strategy formulation untuk membantu dalam pembentukan tujuan-tujuan kinerja, alokasi dan prioritas sumber daya.

Pengenalan dan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal dalam *strategy formulation* harus dilakukan untuk dapat mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan kendala (*tbreaths*), dan diharapkan mampu membuahkan rumusan tujuan, sasaran, dan strategi untuk mencapai tujuan dan sasaran (*action plain*).

## 7. Strategy Evaluation

Fokus utama dalam strategi evaluasi adalah pengukuran kinerja dan penciptaan mekanisme umpan balik yang efektif pertanyaan mendasar adalah bagaimana caranya mengikuti kemajuan (*progress*) setiap saat? Bagaimana kita mengukur dan menganalisis kinerja? Serta bagaimana mekanisme pelaporan dan *akuntabilitasnya*?

Pengukuran kenerja merupakan tahap yang penting untuk melihat dan mengevaluasi capaian atau hasil pekerjaan yang telah dilakukan organisasi untuk mencapai tujuan yang menjadi sasaran pekerjaan tersebut. Tahap selanjutnya setelah pengukuran kinerja adalah analisis dan evaluasi kinerja yang bertujuan untuk mengetahui progress realisasi kinerja yang dihasilkan, maupun kendala dan tantangan yang dihadapi dalam mencapai sasaran kinerja.

Analisis dan evaluasi ini dapat digunakan untuk melihat efisiensi, efektifitas, ekonomi, maupun perbedaan kinerja. Hasil analisis dan evaluasi lebih lanjut dapat digunakan sebagai umpan balik untuk mengetahui pencapaian implementasi perencanaan strategik.

Aspek terakhir dari strategi evaluasi adalah pelaporan. Dengan adanya pelaporan, maka pihak yang berkepentingan baik internal maupun eksternal akan mengetahui secara jelas kinerja organisasi dan akan menjadi feedback bagi proses perencanaan selanjutnya. Salah satu tujuan dilakukannya pelaporan adalah pelaksanaan akuntabilitas.

Sebagai sebuah komunikasi objektif dan teratur tentang informasi fakta kinerja yang dihasilkan organisasi, diharapkan pelaporan akan mampu mengkomunikasikan kepada stakeholders sejauh mana tujuan organisasi telah dilaksanakan.<sup>17</sup>

## **E. Macam-Macam Inovasi Pembelajaran**

### **1. Inovasi Pembelajaran Kuantum**

Pembelajaran kuantum dikembangkan oleh Bobby De Porter yang beranggapan bahwa metode belajar ini sesuai dengan cara kerja otak manusia dan cara belajar manusia pada umumnya. Dengan model Super Camp yang dikembangkan bersama kawan-kawannya pada awal tahun 1980-an, prinsip-prinsip dan model pembelajaran kuantum menentukan bentuknya. Dalam Super Camp tersebut, kurikulum dikembangkan secara harmonis dan berisi kombinasi dari tiga unsure yaitu: keterampilan akademis (*academic skills*), prestasi atau tantangan fisik (*physical challenge*), dan keterampilan dalam hidup (*life skills*). Pembelajaran berdasarkan pada landasan konteks yang menyenangkan dan situasi penuh kegembiraan.

Pembelajaran kuantum sebagai salah satu model, strategi, dan pendekatan pembelajaran khususnya menyangkut keterampilan guru dalam merancang, mengembangkan, dan mengelola system pembelajaran sehingga guru mampu menciptakan suasana yang efektif, menggairahkan, dan memiliki keterampilan hidup. Dengan demikian model pembelajaran kuantum ini merupakan bentuk inovasi

---

<sup>17</sup> Ibid, 85

perubahan bermacam-macam interaksi yang ada di dalam dan disekitar momen belajar. Interaksi-interaksi ini mencakup unsur-unsur belajar efektif yang mempengaruhi kesuksesan siswa dalam belajar. Dari proses interaksi yang dilakukan mengubah kemampuan dan bakat alamiah siswa menjadi cahaya yang akan bermanfaat bagi mereka sendiri dan bagi orang lain.

Pembelajaran kuantum sebagai salah satu alternatif pembaharuan pembelajaran menyajikan petunjuk praktis dan spesifik untuk menciptakan lingkungan belajar yang efektif, bagaimana merancang pembelajaran, menyampaikan bahan pembelajaran, dan bagaimana menyederhanakan proses belajar sehingga memudahkan belajar siswa. Pembelajaran kuantum merupakan sebuah model yang menyajikan bentuk pembelajaran sebagai suatu “ orkestrasi “ yang jika dipilah dari dua unsur pokok yaitu konteks dan isi. Konteks secara umum akan menjelaskan tentang lingkup lingkungan belajar baik lingkungan fisik maupun lingkungan psikis. Sedangkan konten atau isi berkenaan dengan bagaimana isi pembelajaran dikemas untuk disampaikan kepada siswa.

Pembelajaran kuantum mengkonsep tentang “ menata pentas lingkungan belajar yang tepat “, maksudnya bagaiman upaya penataan situasi lingkungan belajar yang optimal baik secara fisik maupun mental. Dengan mengatur lingkungan belajar sedemikian rupa para pelajar diharapkan mendapat langkah pertama yang efektif untuk mengatur pengalaman belajar. Lingkungann belajar terdiri lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro adalah tempat siswa melakukan proses belajar, bekerja dan berkreasi. Bagaimana desain ruangan, penataan cahaya, musik pengiring yang kesemuanya ini mempengaruhi siswa dalam menyerap, menerima, dan mengolah informasi. Lebih khusus lagi perhatian kepada penataan lingkungan formal, seperti meja, kursi, tempat khusus, dan tempat belajar yang teratur.

Lingkungan makro adalah dunia luas, artinya siswa diminta untuk me nciptakan kondisi ruang belajar di masyarakat. Mereka diminta utnuk memperluas lingkungan pengaruh dan kekuatan pribadi, berinteraksi social ke lingkungan, semakin mahir mengatasi situasi-situasi yang menantang dan semakin mudah mempelajari informasi baru. Setiap siswa diminta berhubungan secara aktif dan mendapat rangsangan

masyarakat, agar mereka kelak mendapat pengalaman membangun pengetahuan pribadi.<sup>18</sup>

Ada dua konsep utama yang digunakan dalam pembelajaran kuantum dalam rangka mewujudkan energi guru dan siswa menjadi cahaya belajar yaitu : percepatan belajar melalui usaha sengaja untuk mengikis hambatan-hambatan belajar tradisional, dan fasilitas belajar yang berarti mempermudah belajar. Percepatan belajar dan fasilitas belajar akan mendukung asas utama yang digunakan dalam pembelajaran kuantum yaitu : “ bawalah dunia mereka ke dunia kita dan antarkan dunia kita ke dunia mereka “. Asas utama pembelajaran kuantum tersebut mengisyaratkan pentingnya seorang guru memasuki dunia atau kehidupan anak sebagai langkah awal dalam melaksanakan sebuah pembelajaran. Memahami dunia dan kehidupan anak merupakan lisensi bagi para guru untuk memimpin, menuntun dan memudahkan perjalanan siswa dalam meraih hasil belajar yang optimal. Salah satu cara yang bias digunakan dalam hal ini misalkan mengaitkan apa yang akan diajarkan dengan peristiwa-peristiwa, pikiran atau perasaan, tindakan yang diperoleh siswa dalam kehidupan baik di rumah, di sekolah maupun di lingkungan masyarakat. Setelah kaitan itu terbentuk maka guru dapat memberikan pemahaman materi pembelajaran yang disesuaikan dengan kemampuan, perkembangan, dan minat bakat siswa.

Pembelajaran kuantum memiliki lima prinsip sebagai berikut :

- a. Segalanya berbicara, maksudnya bahwa seluruh lingkungan kelas hendaknya dirancang untuk dapat membawa pesan belajar yang dapat diterima oleh siswa.
- b. Segalanya bertujuan, maksudnya semua perubahan pembelajaran tanpa terkecuali harus mempunyai tujuan-tujuan yang jelas dan terkontrol. Sumber dan fasilitas yang terlibat dalam setiap pembelajaran pada prinsipnya untuk membantu perubahan perilaku kognitif, afektif, dan psikomotorik.
- c. pengalaman sebelum pemberian nama, maksudnya sebelum siswa belajar memberi nama ( mendefinisikan, mengkonseptualisasi, membedakan, mengkategorikan ) hendaknya telah memiliki pengalaman informasi yang terkait dengan upaya pemberian nama tersebut.

---

<sup>18</sup> Udin Saefudin Sa'ud, Ph.D. *Inovasi Pendidikan*, 127.

d. Mengakui setiap usaha, maksudnya semua usaha belajar yang telah dilakukan siswa harus memperoleh pengakuan guru dan siswa lainnya.

e. merayakan keberhasilan, maksudnya setiap usaha dan hasil yang diperoleh dalam pembelajaran pantas dirayakan. Perayaan ini diharapkan memberi umpan balik dan motivasi untuk kemajuan dan peningkatan hasil belajar berikutnya.

Selanjutnya Bobby Deporter, mengembangkan strategi pembelajartan kuantum melalui istilah TANDUR, yaitu :

- a. Tumbuhkan, yaitu dengan memberikan apersepsi yang cukup sehingga sejak awal kegiatan siswa telah termotivasi untuk belajar dan memahami Apa Manfaatnya Bagiku ( AMBAK ).
- b. Alami, berikan pengalaman nyata kepada setiap siswa untuk mencoba.
- c. Namai, sediakan kata kunci, konsep, modal, rumus, strategi dan metode lainnya.
- d. Demonstrasikan, sediakan kesempatan kepada siswa untuk menunjukkan kemampuannya.
- e. Ulangi, beri kesempatan untuk mengulangi apa yang dipelajarinya, sehingga setiap siswa merasakan langsung di mana kesulitan akhirnya datang kesuksesan, kami bisa bahwa kami memang bisa.
- f. Rayakan, dimaksudkan sebagai respon pengakuan yang porposional.

Model pembelajaran kuantum identik dengan sebuah simponi dan pertunjukan musik. Maksudnya pembelajaran kuantum, memberdayakan seluruh potensi dan lingkungan belajar yang ada, sehingga proses belajar menjadi suatu yang menyenangkan dan bukan menjadi sesuatu yang memberatkan. Untuk dapat mengarah kepada yang dimaksud, ada beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan yaitu: 1) Optimalkan minat pada diri, 2) bertanggung jawab pada diri, sehingga anda akan memulai mengupayakan segalanya terlaksana, dan 3) hargailah segala tugas yang telah selesai.

Tujuan pokok pembelajaran kuantum yaitu meningkatkan partisipasi siswa, melalui perubahan keadaan, meningkatkan motivasi dan minat belajar, meningkatkan daya ingat, dan meningkatkan rasa kebersamaan, meningkatkan daya dengar, dan meningkatkan kehalusan perilaku. Berdasarkan prinsip dan asas landasan pembelajaran kuantum, guru harus mampu mengorkestrasi kesuksesan belajar siswa.

Dalam pembelajaran kuantum, guru itu tidak semata-mata menterjemahkan kurikulum kedalam strategi, metode, tehnik, dan langkah-langkah pembelajaran, melainkan termasuk juga menerjemahkan kebutuhan nyata siswa. Untuk hal itu, dalam pembelajaran kuantum, guru harus memiliki kemampuan untuk mengorkestrasi konteks dan kontens. Konteks berkaitan dengan lingkungan pembelajaran sedangkan konten berkaitan dengan isi pembelajaran.<sup>19</sup>

## 2. Inovasi Pembelajaran Kompetensi

Pembelajaran adalah terjemahan dari kata *intruction* yang banyak dipakai dalam dunia pendidikan, yang menempatkan siswa sebagai sumber dari kegiatan. Dalam pembelajaran kompetensi, siswa sebagai subjek belajar yang memegang peranan utama, sehingga dalam setting proses belajar mengajar siswa dituntut kreatifitas secara penuh bahkan secara individual mempelajari bahan pelajaran. Dengan demikian disini guru hanya sebagai fasilitator, memanage berbagai sumber dan fasilitas untuk dipelajari siswa. Terdapat karakteristik penting dari pembelajaran kompetensi, seperti kegiatan proses belajar mengajar dalam KBK tidak hanya sekedar menyampaikan materi saja, akan tetapi diselenggarakan untuk membentuk watak, peradaban, dan mutu kehidupan peserta didik. Pembelajaran perlu memberdayakan semua potensi peserta didik untuk menguasai kompetensi ynag diharapkan. Pemberdayaan diarahkan untuk mendorong pencapaian kompetensi dan perilaku khusus supaya setiap individu mampu menjadi pembelajar sepanjang hayat dan mewujudkan masyarakat belajar.

Kompetensi bukanlah merupakan temuan yang baru, akan tetapi istilah kompetensi sudah lahir sejak pendidikan yang berkembang di lembaga-lembaga pendidikan. Banyak ahli pendidikan yang membahas kompetensi dalam kapasitas guru dan siswa-siswa, sesuatu hal yang membingungkan sebagian orang bahwa kompetensi dikaitkan dengan penerapan kurikulum di sekolah-sekolah. Bagaimana kurikulum berbasis kompetensi? Seperti apa bentuk relnya? Seperti apa bentuk kontennya?

Kompetensi dapat diartikan sebagai kemampuan dasar yang dapat dilakukan oleh para siswa pada tahap pengetahuan, keterampilan, dan bersikap. Kemampuan dasar

---

<sup>19</sup> Udin Saefudin Sa'ud, Ph.D. *Inovasi Pendidikan*, 130.

ini akan dijadikan sebagai landasan untuk melakukan proses pembelajaran dan penilaian siswa. Kopetansi merupakan target, sasaran, standar sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Benyamin S. Bloom (1964) dan Gagne (1979) dalam teori-teorinya yang terkenal itu, bahwa menyampaikan materi pelajaran kepada siswa penekanannya adalah tercapai sasaran atau tujuan pembelajaran (instruksional). Cakupan materi yang terkandung pada setiap kawasan kompetensi memang cukup luas seperti pada kawasan taksonomi dari Bloom, Kathwool, dan Simpson.

Standar kompetensi diuraikan menjadi beberapa kemampuan dasar yang cakupannya lebih sempit. Setiap standar kompetensi diuraikan menjadi tiga sampai enam kemampuan dasar yang diuraikan lagi menjadi beberapa materi pembelajaran, setiap materi pelajaran ditetapkan sekurang-kurangnya satu indikator yang memiliki cakupan kemampuannya lebih sempit. Setiap kemampuan dapat dijabarkan menjadi dua sampai lima indikator. Standar kompetensi ini merupakan kecakapan belajar untuk sepanjang hidup (*Long life education*) sebagai akumulasi kemampuan seseorang yang telah memiliki kompetensi dasar yang dirumuskan dalam setiap mata pelajaran. Kemampuan dasar ini merupakan bekal yang diharapkan untuk dapat mengembangkan minat, bakat, dan potensi yang dimiliki seorang siswa.

Penyusunan materi pembelajaran kompetensi mencakup tiga komponen utama yang harus dikuasai siswa, yaitu : kompetensi dasar, materi pokok, dan indikator.

Kemampuan dasar, materi pokok, dan indikator yang dicantumkan dalam kompetensi standar merupakan bahan minimal yang harus dikuasai siswa. Oleh karena itu, guru dapat mengembangkan, menggabungkan dan menyesuaikan bahan yang disajikan dengan situasi dan kondisi setempat.

Ada beberapa prinsip penting dalam pembelajaran kompetensi, antara lain :

1. proses pembelajaran kompetensi membentuk kreasi lingkungan yang dapat membentuk dan mengubah struktur kognitif siswa tujuan pengaturan lingkungan dimaksudkan untuk menyediakan pengalaman belajar yang memberi latihan-latihan penggunaan fakta-fakta.
2. berhubungan dengan tipe-tipe pengetahuan yang harus dipelajari, ada tipe pengetahuan fisis, social dan logika.

3. pembelajaran dalam konteks kompetensi harus melibatkan peran lingkungan sosial. Anak akan lebih baik mempelajari pengetahuan logika dan sosial dari temannya sendiri.
4. pembelajaran melalui KBK diarahkan agar siswa mampu mengatasi setiap tantangan dan rintangan dalam kehidupan yang cepat berubah, melalui sejumlah kompetensi yang harus dimiliki yang meliputi kompetensi akademik, kompetensi okupasional, kompetensi kultural, dan kompetensi temporal.

Proses pembelajaran kompetensi merupakan kegiatan interaksi antar dua unsur manusiawi yakni siswa sebagai pihak yang belajar dan guru sebagai pihak yang mengajar dengan siswa sebagai subjek pokok.

## **F. SIMPULAN**

1. Strategi yang digunakan kepala sekolah dalam mengembangkan inovasi pembelajaran itu dengan cara menggunakan strategi standarisasi yang mana semua program yang direncanakan mempunyai suatu ukuran dan target sesuai dengan apa yang direncanakan. Yaitu dengan cara melakukan inovasi yang tetap menitik beratkan pada kemampuan dasar dan psikologis anak didik bersama tim suksesnya yang terdiri dari penanggung jawab antara lain Waka-Waka dan guru-guru senior yang berkompeten di bidangnya.
2. Inovasi pembelajaran sangat diperlukan, dikarenakan inovasi yang ada menyeluruh yaitu meliputi perencanaan pembelajaran, proses pembelajaran, metode pembelajaran dan evaluasi pembelajaran. Inovasi atau perombakan pembelajaran mengacu pada kurikulum yang ada baik kurikulum DIKNAS dan local.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akdon. 2006. *Strategic Management For Educational Management*, Bandung: Alfabeta
- PB Triton, 2007. *Manajemen Strategis*, Jakarta : Tugu Publisher
- Saefudin Udin, Sa'ud. 2008. *Inovasi Pendidikan, Bandung* : Alfabeta
- Sri Agustinus, Wahyudi. 1996. *Manajemen Strategik*, Jakarta : Binarupa Aksara
- Sugeng, Ahmad, 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Pendidikan dan Pelatihan*, Surabaya
- Tony, Bush dan Marianne, Coleman. 2006. *Manajemen Strategik Kepemimpinan Pendidikan*, Yogyakarta: IRCisoD
- Yulianto, Bambang. 2009. *Pembelajaran Inovatif Bahasa Indonesia*, Surabaya : Unesa University