

MEMBANGUN USAHA KREATIF, INOVATIF DAN PRODUKTIF KEWIRAUSAHAAN DENGAN PENDEKATAN 5 W+1H

Syamsu Ridhuan

Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara No.9, Kebun Jeruk, Jakarta Barat - 11510
syamsu@esaunggul.ac.id

Abstract

The article is extracted from the material for community service activities: Integrated Entrepreneurship Development Training. A collaboration was carried out by the DKI Jakarta Provincial Government, the Central Jakarta Administration for Industry, Trade, Cooperatives and Small and Medium Enterprises, as partners and the 2000 Esa Unggul University Entrepreneurship Development Institute, as resource persons. The aim is to encourage the formation and development of successful entrepreneurs who are able to work creatively, innovatively and productively in all conditions, so that they become entrepreneurs who are reliable, competitive and able to meet market needs. Online activity method through virtual zoom meeting. This policy was carried out because it was still in the PSBB period of the Covid-19 pandemic transition. Located in the Central Jakarta Administrative City area, participants come from 8 Districts and 72 Kelurahan. The steps for the activity, the preparation of the participants, the place for the socialization, and the technical implementation by the partners, while the training material is from the community service implementer. The results of the activity were carried out by the Integrated Entrepreneurship Development Training on September 16, 2020, participants from the Jakpreneur element attended the RPTRA of each village to take part in online training. Recommendations that participants remain consistent in entrepreneurship to success, it is necessary to provide ongoing guidance from the government and local governments.

Keywords: jakpreneur, entrepreneurship, success

Abstrak

Artikel disarikan dari materi kegiatan pengabdian pada masyarakat : Pelatihan Pengembangan Kewirausahaan Terpadu. Diselenggarakan kerjasama Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Administrasi Jakarta Pusat, sebagai mitra dan Lembaga Pengembangan Kewirausahaan Universitas Esa Unggul tahun 2000, sebagai narasumber. Tujuan mendorong terbentuk dan berkembang wirausaha-wirausaha sukses yang mampu berusaha secara kreatif, inovatif dan produktif dalam segala kondisi, sehingga menjadi pengusaha yang andal, kompetitif dan mampu memenuhi kebutuhan pasar. Metode kegiatan daring melalui virtual zoom meeting. Kebijakan ini dilakukan karena masih masa PSBB transisi pandemi Covid-19. Lokasi di wilayah Kota Administrasi Jakarta Pusat, peserta berasal dari 8 Kecamatan dan 72 Kelurahan. Langkah-langkah kegiatan, penyiapan peserta, tempat sosialisasi, dan teknis pelaksanaan oleh mitra, sedangkan materi pelatihan dari pelaksana pengabdian pada masyarakat. Hasil kegiatan telah dilaksanakan Pelatihan Pengembangan Kewirausahaan Terpadu pada tanggal 16 September 2020, peserta dari unsur Jakpreneur hadir di RPTRA setiap kelurahan mengikuti peklatihan secara daring. Rekomendasi agar peserta tetap konsisten berwirausaha hingga sukses, maka perlu pembinaan secara berkelanjutan dari pemerintah dan pemerintah daerah.

Kata kunci: jakpreneur, kewirausahaan, sukses

Pendahuluan

Hidup berkecukupan, kaya dan sukses adalah impian setiap manusia. Tidak ada satu orangpun manusia di dunia ini yang dilahirkan mau menjadi miskin sepanjang hidupnya. Jika impian menjadi kaya dan sukses sudah tertaban dalam diri sejak dini, maka pasti akan ada suatu ikhtiar untuk mencapainya. Namun jika mempunyai impian sebaliknya, pasti tidak akan ada upaya untuk mendapatkannya. Ini sudah merupakan *coditio sine quanon* bahwa setiap impian yang diikhtiarkan akan menjadi do'a yang mustajab. Ketika masih Sekolah

Dasar, penulis tinggal di desa terpencil, ada seorang sahabat mempunyai impian sangat dangkal. Sahabat itu bertutur bahwa " kalau ia sudah menikah nanti, mau tinggal di kota. *Walaupun hanya menjadi penjual minyak tanah* ". Maksudnya penjual minyak tanah dengan gerobak dorong.

Impian itu diucapkannya pada tahun 1974. Tidak disangka 15 tahun kemudian, di tahun 1989 penulis bertemu dan melihat dengan kasat mata bahwa sahabat ini benar-benar sudah mencapai impiannya dan menjadi "tukang jual minyak tanah" dengan sebuah gerobak dorong yang di dalam

gerobak ada kaleng-kaleng yang berisi minyak tanah. Memakai topi lebar bergaya ala koboi, dengan cekatan mendorong gerobak sambil berusara keras dan lantang : “nyaak lampu !!!!.....” Sampailah sudah impiannya.

Kisah ini benar terjadi, maka buatlah impian itu yang bernilai positif dan dengan sebaik mungkin. Kata Bung Karno, Proklamator NKRI: “Gantungkan cita-cita mu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang” (cermati.com. 2015). Banyak pengusaha kaya dan sukses dari latar belakang kehidupan yang susah dan miskin saat masih kecil, katakanlah Dahlan Iskan, CEO Jawa Post New Network, kemudian ia menjadi Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada era Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono (SBY). Pada masa sekolah, pernah hanya memiliki satu stel pakaian, yaitu kaos dan celana serta satu sarung. Bahkan, Dahlan Iskan kecil harus bertelanjang kaki ke sekolah yang jaraknya cukup jauh dari rumah. (Pratomo B. Harwanto. 2017).

Membangun usaha, tidak sekaligus menjadi besar dan langsung sukses. Mulai dari kecil, penuh tantangan serta terkadang jatuh, lalu bangun lagi dan seterusnya. Kondisi dinamis seperti itu membuat seorang *entrepreneur* selalu beripikir dan bertindak kreatif, inovatif dan produktif. Dalam banyak perspektif, kemampuan berwirausaha tidak semata-mata diperoleh dari faktor keturunan, misal karena orangtua dan lingkungan keluarga sudah sebagai pengusaha atau *entrepreneur* sukses. Tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang lebih banyak membentuk sikap dan kepribadian untuk menjadikan seorang sukses dalam berwirausaha.

Faktor lingkungan, antara lain adalah lingkungan kerja, keluarga, teman, sekolah, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan teori konvergensi (Walgito.2004) yang menyatakan bahwa lingkungan sekitar mempunyai peranan penting dalam perkembangan individu. Termasuk dalam hal keberdaan faktor kemampuan berwirausaha, dimana seseorang dapat belajar dari lingkungan merintis dan membangun usaha hingga menjadi sukses. (Pusjiastuti. E. Eny. 2013).

Merintis dan membangun usaha, memang membutuhkan dorongan yang kuat secara internal dari diri sendiri. Salah satu dorongan adalah untuk memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga, sehingga harus ada penghasilan yang diperoleh agar dapat bertahan hidup. Dari desakan kebutuhan ini lahir pemikiran dan usaha-usaha yang kreatif dan inovatif untuk mewujudkan produktivitas hasil usaha. Ada banyak diantara peserta pelatihan yang kondisi riil berwirausaha, karena didorong oleh faktor untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh sebab itu, perlu diberikan bekal pengetahuan dan keterampilan untuk

merintis dan membangun usaha dengan pendekatan 5W + 1H, sebagai suatu bentuk tutorial atau pedoman dalam mengimplementasikan merintis dan membangun usaha yang kreatif, inovatif dan produktif.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, sebenarnya merupakan tindak lanjut dari kerjasama antara Lembaga Kewirausahaan Universitas Esa Unggul dan Pemerintah DKI Jakarta, yaitu unit organisasi perangkat daerah Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Administrasi Jakarta Pusat sebagai lembaga mitra pengabdian kepada masyarakat.

Maing-masing institusi mempunyai peran. tugas dan tanggung jawab. Lembaga Kewirausahaan Universitas Esa Unggul menyiapkan narasumber, yang berasal dari para tenaga Dosen Kewirausahaan, sedangkan dari pihak lembaga mitra, Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Administrasi Jakarta Pusat menyiapkan peserta dan fasilitasi keberlangsungan acara teknis dan administratif.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk Pelatihan Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (PKT), yang dilaksanakan selama 4 (empat) bulan, mulai dari bulan Juni sampai dengan Oktober 2020. Strategi pelaksanaan dilakukan secara bergilir dan berkesinambungan dari 8 (delapan) kecamatan, 72 kelurahan, dengan jumlah peserta total 6.800 orang dan dilakukan sebanyak 9 kali kegiatan pelatihan. Dimana sebanyak 8 (delapan) kali pelatihan dengan jumlah peserta masing-masing 800 orang dan yang 1 (satu) kali pelatihan berjumlah 400 orang peserta.

Pelatihan ini, jika dalam kondisi normal dilakukan secara tatap muka, namun karena masih dalam masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) transisi pandemi Covid-19, maka kegiatan pelatihan dilakukan secara daring (*online*) dengan media *zoom meeting*. Peserta berasal dari unsur Jakpreneur DKI Jakarta, dimana pada saat pelaksanaan pelatihan, mereka hadir di RPTRA kelurahan masing-masing dengan tetap mematuhi peraturan atau protokol kesehatan-pecegahan Covid-19. Khusus jadwal kegiatan penulis menyajikan makalah dilaksanakan pada tanggal 16 September 2020, dengan materi Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Produktif Kewirausahaan dengan Pendekatan 5W + 1H, yang materinya dijawabkan dalam artikel ini.

Hasil dan Pembahasan

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) didesain untuk dapat mengidentifikasi, merintis, membangun dan mengembangkan usaha bisnis yang kreatif dan inovatif. Bila diimplementasikan benar-benar akan

dapat menghasilkan barang, jasa dan pekerjaan yang produktif. Dalam beberapa kajian, *entrepreneurship* lazim diartikan sebagai suatu proses mengkreasikan sesuatu dengan menambahkan nilai yang didukung komitmen pada tim dan usaha, memperkirakan kemungkinan finansial, fisik, dan resiko sosial dan menerima hasil berupa finansial, kepuasan dan kebebasan pribadi (Pusjiastuti. E. Eny. 2013).

Kreativitas dan inovasi kewirausahaan bukan hanya terfokus pada sektor perdagangan semata, melainkan dalam segala sektor bidang usaha yang dapat memberikan penghasilan secara produktif atas usaha yang dirintis dan dikembangkan tersebut. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan harus mempunyai karakter yang dapat mendukung jiwa kewirausahaan yang mantap dan handal. Karakter-karakter kewirausahaan yang mantap dan handal tersebut, antara lain : mandiri; jujur; profesional; disiplin; inisiatif; kreatif; inovatif; orientasi masa depan; ulet; optimis dan bertanggung jawab.

Meski sudah memahami banyak teori dan memiliki karakter sebagai wirausaha yang handal, namun pada saat akan memulai membangun usaha sering kali mengalami berbagai kesulitan. Bahkan ada yang tidak jadi atau membatalkan rencana membangun usaha, sehingga dapat dikatakan “kalah sebelum berperang” gagal sebelum memulai. Oleh sebab itu, agar dapat dengan mudah membangun suatu usaha, berikut ini akan disajikan kiat-kiat secara paraktis, sederhana dan mudah diterapkan jika seseorang mau membangun usaha, hingga dapat terlaksana dan sukses.

Pendekatan 5W 1H Kewirausahaan

Ada banyak kiat, teknik atau cara dalam membangun dan mengembangkan suatu usaha yang kreatif, inovatif dan produktif, salah satunya adalah dengan menggunakan pendekatan 5W 1H. Memang masih ada dan banyak pendekatan lain, namun menurut pandangan penulis pendekatan 5W 1H ini sangat praktis, sederhana, mudah dipahami dan tidak sulit untuk diimplementasikan oleh semua lapisan masyarakat, dari berbagai latar belakang pendidikan maupun kepribadian. Karena pendekatan ini tidak harus belajar teori yang rumit-rumit, melainkan beroreitasi secara praktis dan langsung pada sasaran focus usaha yang mau dibangun atau dikembangkan.

Kosep membangun usaha dengan pendekatan 5W 1H, merupakan penjabaran dari suatu singkatan yang berasal dari bahasa Inggris : *what* = apa; *who* = siapa; *where* = dimana; *why* = mengapa, dan *how* = bagaimana. Pertanyaan-pertanyaan ini jika dijawab sendiri dengan cermat, tentu akan dapat memberikan inspirasi dan membuka pikiran secara kreatif, inovatif. Kiat pendekatan ini sangat membantu seseorang dalam

menemukan solusi dari kebuntuan jalan keluar, ketika ada ide bagus untuk membangun suatu usaha. Baiklah secara detil dapat diikuti pada penjabaran berikut ini :

- a. *What* artinya apa. Merupakan suatu pertanyaan yang menanyakan tentang apa ide kreatif, apa nama usaha yang akan dibangun. Ingat, nama usaha ini sangat berkaitan dengan produk yang akan dihasilkan dari usaha yang akan dibangun. Misalkan usaha di sektor jasa, perdagangan, produksi dan lain sebagainya, termasuk bahan dasarnya dari apa, serta kompetensi dan keterampilan (*skill*) apa saja yang harus ada diperlukan sebagai persyaratannya. Jika sudah terjawab pertanyaan ini, bisa dilanjutkan pada pertanyaan berikut, apa dasar hukum usaha, misalnya berbentuk badan hukum koperasi, CV, PT atau usaha sektor informal yang cukup hanya dengan surat keterangan usaha dari RT sebagai legalitas usaha. Kejelasan identitas ini sangat penting, karena jika suatu saat membutuhkan bantuan dana usaha dari perbankan, investor dan dari beberapa *saktheholder*, akan diminta kejelasan apa nama usaha dan apa dasar hukumnya. Berikut dalam tabel 1. di bawah ini adalah contoh beberapa sektor usaha yang dapat dikembangkan :

Tabel 1.
Identifikasi Sektor dan Nama Usaha

No	Sektor	Nama Usaha
1	Jasa	Beauty and haicut Menjahit dan Model Pakaian Pendidikan dan Pelatihan Konseling Reseller Startup online Market place Event Organizer dan lain sebagainya Bahan kebutuhan pokok Kuliner Nusantara Material bangunan Mainan anak-anak
2	Perdagangan	Suvenir Pakaian Sayuran Buah-buahan dan lain sebagainya Ternak ayam Jilbab syar'i
3	Produksi	Jajanan makanan Susus kedelai dan lain sebagainya

- b. *Who*; artinya siapa. Pertanyaan ini menanyakan secara spesifik siapa pelaku usaha, siapa mitra dan siapa konsumennya. Terkait siapa pelaku usaha adalah pertama biasanya diri sendiri dan jika dibutuhkan pada awal pembentukan boleh mempekerjakan orang lain sesuai kebutuhan. Misal butuh 3 orang karyawan, dengan rincian job satu orang bidang produksi, satu orang bidang pemasaran dan satu orang kurir.

Lalu siapa mitra usaha yang dapat menjadi partner yang saling menguntungkan dalam usaha, misal toko-toko, warung-warung, agen-agen, *reseller online*, dan lainnya. Kemudian siapa konsumen yang menjadi target utama dalam pemasaran, harus diketahui segmen pasar yang membutuhkan misal anak-anak, remaja dan pemuda, ibu-ibu dan yang lain, hendaknya harus diidentifikasi secara cermat, agar produk, jasa atau penjualan bisa laris, lalu keras

- c. *Where*; artinya dimana. Menyangkut pertanyaan dimana lokasi usaha : kantor admin, tempat produksi dan gundang, lokasi pemasaran strategis toko (*outlet*), pemasaran menggunakan *web* secara *online* di *marketplace*. Bila diperlukan, boleh saja kantor admin digabung dengan tempat produksi dan sekaligus tempat pemasaran. Tetapi yang harus diingat, dicermati dan sangat penting untuk dipertimbangkan bahwa lokasi tempat pemasaran harus berada dilokasi yang strategis, dengan kriteria sekurang-kurangnya berada dipinggir jalan dan dapat dengan mudah dijangkau baik berjalan kaki maupun menggunakan kendaraan. Di zaman serba digital saat ini dan tentunya pada masa-masa yang akan datang sangat dibutuhkan tempat pemasaran secara *online* berupa *startup*, *marketplace* yaitu suatu tempat pemasaran yang sangat potensial dan efektif. Bisa menggunakan *brand* perusahaan *startup* yang sudah ada, misalnya tokopedia, lazada, belibeli, oxi dan lain sebagainya atau media sosial seperti *facebook*, blog sendiri, *instagram*, *whatsapp* dan lain sebagainya. Alamat tempat usaha harus jelas, lokasinya jalan apa rt/rw, nomor berapa, desa/kelurahan, kecamatan, kabupaten/kota, provinsi, kode pos dan telpon. Sehingga ketika melakukan promosi dan sudah ada order *online* dari konsumen, maka dengan cepat dan mudah diidentifikasi, dicari dan ditemukan. Termasuk jika ada kurir, gojek, grab dan lainnya mau ke tempat usaha, dapat dengan mudah didapati.
- d. *When*; artinya kapan. Pertanyaan ini menyangkut dimensi waktu akan memulai operasional usaha. Seorang *entrepreneur* kreatif, inovatif dan produktif, pasti tidak akan menunda waktu untuk memulai suatu usaha. Kesempatan tidak akan pernah datang dua kali, jika ditunda akan menjadi bias dan bahkan bisa menjadi batal. Oleh sebab itu, ketika ada ide usaha yang sudah mengerucut atau fokus dan diyakini sudah bisa dilaksanakan, maka lakukanlah dan bukalah usaha tersebut. Waktu akan bergulir, berjalan terus, dan pasti tidak akan pernah berputar kebelakang. Biarkalah waktu menjadi dimensi pembelajaran berusaha dan sebagai suatu proses penentu keberhasilan dan

kesuksesan. Suatu prinsip yang baik dan harus dipedomani : "Jangan tunda besok, apa yang dapat dilakukan hari ini". Suatu jargon lama yang menunjukkan betapa pentingnya dimensi waktu dalam melakukan sesuatu, apa lagi berkaitan dengan usaha bisnis.

- e. *Why* artinya; mengapa. Pertanyaan ini, erat kaitannya dengan latar belakang dan tujuan yang akan dicapai. Menyangkut latar belakang mengapa harus membuka usaha? Seseorang memutuskan untuk melakukan suatu usaha karena di dalamnya ada dua niat, *pertama* memiliki niat penuh (100%) untuk berusaha dan mendapatkan penghasilan dari usaha yang dibuka tersebut. Artinya bahwa yang bersangkutan semata-mata hanya mengharapkan dan mengharapkan mendapatkan penghasilan 100% dari membuka usaha, karena itu merupakan suatu kebutuhan utama (*primer*) sebagai *entrepreneurship* murni. Usaha yang dibuka bukan sekedar bisnis sampingan dan sampingan, melainkan usaha bisnis yang utama. *Kedua* membuka usaha sampingan, buka *primer*. Artinya seseorang membuka usaha karena untuk menambah penghasilan utama karena berpofresi sebagai karyawan, pegawai, atau karena menyalurkan suatu hobi. *Kedua* jenis usaha bisnis itu, pada prinsipnya mempunyai tujuan yang sama, yaitu mendapatkan penghasilan dan mau sukses dalam mengembangkan usaha guna mendapatkan keuntungan yang optimal.
- f. *How* artinya bagaiman. Pertanyaan ini sebenarnya menyangkut tata cara, teknik, kiat dan strategi dalam membuka suatu usaha bisnis dan mengoperasikan usaha yang dibangun tersebut agar dapat berjalan, tumbuh, berkembang dan sukses. Secara sederhana ada 3 (tiga) langkah kiat atau cara yang diperlukan dalam membangun usaha bisnis yang sukses adalah sebagai berikut : (1) identifikasi kebutuhan pasar (konsumen), (2) analisis mana kebutuhan prioritas, dan (3) segera lakukan, jangan ditunda-tunda. Langkah pertama, identifikasi kebutuhan pasar atau konsumen adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk mengenali kebutuhan-kebutuhan konsumen atau masyarakat yang ada sekitar lingkungan atau suatu wilayah tertentu, misal di lingkungan tempat tinggal, komplek perumahan, pasar dan komunitas tertentu, apa saja sebenarnya yang mereka butuhkan. Di data kebutuhan-kebutuhan tersebut dalam daftar kebutuhan, apa saja yang banyak diminati oleh konsumen di satu pasar atau lingkungan tempat tinggal, tempat aktivitas kantor, tempat hiburan dan lainnya untuk dilakukan identifikasi kebutuhan. *Kedua*,

analisa yaitu tindakan memilah dan memilih guna menentukan skala prioritas, tentang kebutuhan apa saja yang paling banyak diminati konsumen. Analisa juga terhadap model-model dan produk-produk yang sudah ada, pastikan menggunakan desain seperti apa, bila diperlukan di foto agar dapat cermati untuk dipelajari dan pengambilan keputusan. Ketiga, lakukan tindakan segera, jangan ditunda. Maksudnya tindak lanjut hasil analisa adalah mengambil keputusan untuk menentukan produk apa atau jasa apa saja yang dipilih untuk buka sebagai komoditas usaha, dan lakukan kreasi serta inovasi terhadap desain produk agar nampak lebih menarik dan tampil beda.

Usaha Kreatif, Inovatif dan Produktif

Sudah menjadi keniscayaan dan merupakan ciri khas bahwa setiap suatu usaha bisnis kewirausahaan yang dibangun harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut ; kreatif, inovatif dan produktif. Ketiga kriteria ini menjadi dasar utama yang membedakannya dengan usaha-usaha bisnis yang bukan dibangun dengan kapasitas jiwa *entrepreneurship*. Misalnya hanya menjual produk, hanya mengejakan pekerjaan jasa rutin, hanya memproduksi barang apa adanya saja. Inilah yang membedakannya secara signifikan, bahwa bangun kewirausahaan harus memiliki upaya-upaya yang kreatif, inovatif dan sekaligus produktif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa suatu model kegiatan kewirausahaan merupakan kemampuan memberikan nilai tambah dari keterbatasan sumber-sumber yang dimiliki. Jeli melihat peluang dan selalu terbuka terhadap setiap masukan untuk perubahan yang positif, sehingga mampu membawa usaha bisnis terus-menerus bertumbuh dan berkembang. (Rintan. 2017)

Kreatif, secara etimologi berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu *to create* yang mempunyai arti membuat atau menciptakan. Dengan demikian, kreatif dapat dimaknai menciptakan suatu ide atau konsep dalam memecahkan suatu permasalahan. (Putra. 2019). Dalam dunia kewirausahaan, tindakan kreatif dimaknai sebagai kemampuan menciptakan ide produk dan jasa yang dibutuhkan oleh banyak orang (konsumen). Seorang wirausaha dalam kegiatan usahanya harus selalu berfikir kreatif, inovatif dan produktif untuk keberlanjutan usaha secara terus-menerus dan berkelanjutan. Misalkan kreativitas dalam mencari peluang-peluang pasar, membuat nilai tambah dari suatu produk yang sudah ada dan mencari modal usaha yang dapat mendukung keberlanjutan usaha bisnis yang dimiliki. Dapat dicontohkan bahwa seorang pelaku usaha atau *entrepreneur* dalam menjalankan bisnis tidak lepas dari ketersediaan modal usaha. Namun

modal ini tidak selamanya identik dengan uang ataupun barang (*tangible*). Akan tetapi sebuah ide sudah termasuk dalam kriteria memiliki modal yang luar biasa karena ide merupakan modal utama yang akan membentuk dan mendukung keberadaan modal lainnya. (Rintan. 2017).

Inovatif, seorang *entrepreneur* yang handal harus mengikuti perkembangan zaman dan mampu memberikan nilai tambah pada produk, jasa dan usaha bisnis yang ditekuninya. Memang sifat atau karakter wirausahawan bukan hanya sekedar menjalankan usaha berdagang dan hanya menjadi pedagang saja. Sebab kalau hanya pedagang, maka ukurannya hanya kepada untung rugi dari penjualan. Tetapi seorang wirausahawan, akan berbeda dengan hanya menjadi pedagang saja, dengan usaha bisnis berdagang yang ia lakukan harus mampu memberikan nilai tambah yang inovatif. Misalkan *service* yang prima kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, termasuk tindakan atau perlakuan memposisikan konsumen sebagai raja. Kemudian ada kegiatan promosi yang lebih cantik dan menarik, sehingga siapa pun yang melihat akan terkesan dalam ingatan dan berminat untuk mengetahui yang pada akhirnya membeli.

Jiwa keinovatifan seorang *entrepreneur*, terlihat dari bagaimana kiat, cara dan kemampuan memberikan nilai tambah yang lebih maksimal. Baik dari sisi daya tahan menghadapi persaingan, karena barang dan jasa yang diciptakan nilai tambahnya tinggi sehingga susah ditiru pesaing, maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja, biasanya tenaga kerja yang diserap lebih banyak ketimbang hanya menjadi pedagang saja. (Aditya. 2014). Pada sisi lain, wirausahaan sukses, Ciputra (2013) pernah mengungkapkan bahwa wirausahawan inovatif (*innovative entrepreneur*), akan selalu terus berpikir kreatif dalam melihat peluang dan akan meningkatkannya secara terus-menerus. Inilah tipe *entrepreneur* yang paling puncak, karena inovasi merupakan inti utama dari *entrepreneurship*.

Produktif, secara sederhana dapat dikatakan sebagai kemampuan menghasilkan produk barang atau jasa tertentu secara terus menerus dan makin bagus, apabila diproduksi secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Memproduksi dari hulu ke hilir yang bervariasi sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. Apabila hanya satu atau dua kali saja menghasilkan atau memproduksi, lalu berhenti tidak memproduksi lagi, belum dapat dikatakan produktif. Produktif juga menyangkut temuan kebaruan suatu produk, misalkan produk barang-barang atau peralatan yang sudah berkali-kali diproduksi harus diperbarui, baik menyangkut model maupun desainnya, agar lebih menarik tampil beda dengan

wajah kekinian. Namun juga harus tetap memperhatikan kualitas produksi agar tidak berkurang, malah kalau mungkin harus lebih bagus dari kualitas produksi sebelumnya.

Bentuk produktifitas termasuk juga dalam hal memberikan pelayanan jasa. Sebagai *entrepreneur* perlu memiliki kemampuan manajerial jasa, yaitu sebagai suatu kemampuan organisasi untuk menawarkan jasa dengan kualitas dan kuantitas sesuai dengan harapan dari konsumen. Dimensi kuantitas dan kualitas jasa merupakan dimensi yang tidak dapat dipisahkan dari proses pelayanan yang prima (Pramono. 2015). Dalam memberikan pelayanan jasa dapat dikatakan produktif, apabila mengalami peningkatan yang dapat diukur, misalnya jumlah konsumen jika makin hari semakin bertambah banyak konsumen datang untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Konsumen akan senang hati untuk membeli kembali atau menggunakannya lagi, dan bahkan secara sukarela melakukan promosi dengan teman-teman dan tetangganya dengan tanpa diminta. Inilah salah satu indikator keberhasilan produktivitas pada bidang pelayanan jasa.

Membangun usaha bisnis kreatif, inovatif dan produktif merupakan salah satu ciri yang menonjol atau karakter dari seorang wirausaha yang handal. Dengan demikian, maka usaha bisnis yang dibangun akan dapat tumbuh kembang secara terus-menerus menuju kesuksesan. Apabila ada kesulitan dalam memulai usaha bisnis, maka gunakan pendekatan 5W 1H suatu cara membangun usaha bisnis yang sederhana namun sangat mudah diterapkan. Pada prinsipnya pendekatan ini adalah sebagai pedoman praktis dalam membuka usaha kewirausahaan.

Kesimpulan

Kreativitas membangun usaha pada sektor bisnis kewirausahaan merupakan salah satu upaya konkrit dalam merealisasikan suatu ide atau gagasan yang ada. Oleh sebab itu, buatlah ide menjadi mimpi yang besar dan produktif agar apa yang diimpikan akan terrealisasi sebagaimana impian itu. Sebab impian sebagai bentuk perwujudan dari keinginan yang diharapkan akan terwujud.

Dalam rangka untuk mewujudkan impian itu, pemerintah DKI Jakarta membantu memfasilitasi kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Terpadu (PKT) diseluruh wilayah DKI Jakarta. Strategi pelaksanaan dilakukan secara bergilir dan berkesinambungan di 8 (delapan) kecamatan, 72 kelurahan, dengan jumlah peserta total 6.800. Program PKT pada tahun-tahun sebelumnya dilakan secara tatap muka-konvensional namun karena kondisi pandemi Covid-19, maka pada tahun 2020 ini dilakukan secara daring atau *online*.

Untuk mendukung program PKT tersebut, maka kepada peserta diberikan beberapa bekal pengetahuan praktis kewirausahaan. Salah satunya adalah dasar-dasar kewirausahaan, yang transformasi kepada peserta dalam bentuk pengetahuan membangun usaha kreatif, inovatif dan produktif kewirausahaan dengan model pendekatan 5W 1H.

Usaha bisnis yang dibangun secara kreatif, inovatif dan produktif dengan pendekatan 5W 1H, merupakan salah satu strategi kewirausahaan yang handal. Karena pada prinsipnya pendekatan ini merupakan pedoman praktis dan sangat mudah dipelajari dalam membuka usaha kewirausahaan. Sehingga usaha bisnis yang dibangun akan dapat tumbuh dan kembang secara terus-menerus menuju kesuksesan yang diharapkan.

Mencermati keberadaan pendekatan 5W 1H yang sangat praktis dan mudah untuk diterapkan dalam membangun suatu usaha yang kreatif, inovatif dan produktif, maka diharapkan pemerintah dan atau pemerintah daerah dapat memfasilitasi pembelajaran kewirausahaan bagi masyarakat melalui pelatihan-pelatihan kewirausahaan terpadu, dan memperkuat kurikulum pembelajaran kewirausahaan di sekolah-sekolah formal sejak dini di SD, SMP dan SMA. Khusus di Perguruan Tinggi yang sudah ada mata-kuliah kewirausahaan dan telah berlangsung. Diharapkan agar para dosen benar-benar memberikan dorongan yang kuat kepada mahasiswa untuk memulai membuka usaha, meskipun masih dalam kondisi studi.

Daftar Pustaka

- Cermati.com (2015). Quotes Motivasi : 15 Kata-kata Bijak Presiden Indonesia. Jakarta : cermati.com. Retrieved from <https://www.cermati.com/artikel/15-kata-kata-bijak-presiden-indonesia>.
- Ciputra. (2013). *Identifikasi Jenis Entrepreneur*. *ciputrauceo.net*. Retrieved from <http://ciputrauceo.net/blog/2013/9/7/identifikasi-jenis-entrepreneur>. 07 September 2013
- Pramono. (2015). *Produktivitas di Sektor Jasa*. *antonpramono.blogspot.com*. Retrieved from <http://antonpramono.blogspot.com/2015/03/produktivitas-di-sektor-jasa.html>
- Pratomo B. Harwanto. (2017). *5 Orang terkaya Indonesia yang saat kecil hidupnya miskin*. Jakarta :merdeka.com. Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/5-orang-terkaya-indonesia-yang-saat-kecil-hidupnya-miskin.html?page=2>

Pusjiastuti. E. Eny. (2013) Pengaruh Kepribadian dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha pada Usia Dewasa Awal. *Buletin Ekonomi* Vol. 11, No. 1, April 2013 hal 1-86.

Putra (2019). *Kreatif & Inovatif: Pengertian, Ciri Ciri dan Contoh Kreativitas – Inovasi*. salamamedian.com. Retrieved from <https://salamadian.com/pengertian-kreatif-dan-inovatif/>

Rintan. Saragih. (2017). Membangun Usaha Kratif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 2, Desember 2017. Medan : Fakultas Ekonomi, Uninversitas Methodist Indonesia

Walgito, Bimo. (2004). *Teori Konvergensi*, Yogyakarta : Penerbit Fakultas Psikologi UGM

Wicaksono. H. Aditya. (2014). *Entrepreneur yang Inovatif*. *tangandiatas.com*. Retrieved from. <https://tangandiatas.com/entrepreneur-yang-inovatif/>. 20 Januari 2014.