

PEMBERDAYAAN UMKM DI GARUT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERKELANJUTAN

Fitri Dwi Febrianti ^{*1}, Rima Handayani ², Veritia ³, Hayu Ainun Rahayu ⁴, Nita Elistian ⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pamulang

E-mail: : dosen00551@unpam.ac.id², dosen00822@unpam.ac.id³,

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) play a strategic role in supporting regional economic growth, creating employment opportunities, and improving community welfare. However, many MSME owners still face various challenges in developing their businesses, including limited entrepreneurial knowledge, inadequate business planning, and a lack of understanding of sustainable business development strategies. This Community Service Program aimed to enhance the capacity of MSME owners in Garut Regency through entrepreneurship training and sustainable business development strategies. The implementation methods included needs assessment, material delivery, interactive discussions, case studies, simulations, business plan preparation practices, and evaluation. The training materials covered the development of an entrepreneurial mindset, identification of business opportunities, product innovation, business planning, resource management, marketing strategies, and sustainability-oriented business development. The results indicated an improvement in participants' understanding of entrepreneurship concepts and business development strategies that are adaptive to changes in the business environment. This program is expected to help MSME owners improve their competitiveness, expand business opportunities, and establish more resilient and sustainable enterprises.

Keywords: *UMKM, entrepreneurship, business development, empowerment, business sustainability.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usaha, seperti keterbatasan pengetahuan kewirausahaan, perencanaan bisnis yang belum optimal, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kabupaten Garut melalui pelatihan kewirausahaan dan strategi pengembangan usaha berkelanjutan. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, simulasi, praktik penyusunan rencana usaha, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup pengembangan jiwa kewirausahaan, identifikasi peluang usaha, inovasi produk, perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya, strategi pemasaran, serta pengembangan usaha yang berorientasi pada keberlanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep kewirausahaan dan strategi pengembangan usaha yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing, memperluas peluang usaha, serta menciptakan usaha yang lebih tangguh dan berkelanjutan.

Kata kunci: *UMKM, kewirausahaan, pengembangan usaha, pemberdayaan, keberlanjutan usaha.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat kemandirian ekonomi. Keberadaan UMKM di Kabupaten Garut turut memberikan kontribusi terhadap aktivitas ekonomi lokal melalui berbagai sektor usaha, seperti perdagangan, kuliner, kerajinan, jasa, dan pengolahan produk. Selain menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat, UMKM juga berperan dalam memanfaatkan potensi sumber daya lokal dan mendorong pemerataan ekonomi.

Meskipun memiliki peran penting, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut antara lain keterbatasan pengetahuan kewirausahaan, belum optimalnya perencanaan usaha, rendahnya kemampuan dalam mengidentifikasi peluang bisnis, keterbatasan inovasi produk, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan sumber daya. Sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman dan kebiasaan tanpa didukung perencanaan yang sistematis. Kondisi tersebut dapat menghambat peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis juga menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi. Perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, meningkatnya persaingan, serta tuntutan terhadap kualitas dan keberlanjutan produk mengharuskan pelaku usaha memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi dan menyusun strategi pengembangan usaha yang tepat. UMKM tidak hanya dituntut untuk mampu menghasilkan produk, tetapi juga perlu memahami kebutuhan pasar, membangun keunggulan kompetitif, mengelola sumber daya secara efisien, dan menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

Kewirausahaan menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh pelaku UMKM. Pola pikir kewirausahaan dapat mendorong keberanian dalam mengambil keputusan, kemampuan melihat peluang, kreativitas, inovasi, serta kesiapan menghadapi risiko usaha. Dengan pemahaman kewirausahaan yang baik, pelaku UMKM diharapkan mampu mengembangkan usaha secara lebih proaktif dan tidak hanya bergantung pada kondisi pasar yang ada.

Selain kompetensi kewirausahaan, strategi pengembangan usaha berkelanjutan juga diperlukan untuk menjaga keberlangsungan UMKM dalam jangka panjang. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui perencanaan usaha, inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi, penguatan pemasaran, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan sumber daya secara efektif dan bertanggung jawab. Pengembangan usaha berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga memperhatikan kemampuan usaha untuk bertahan, berkembang, dan memberikan manfaat bagi lingkungan serta masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan pemberdayaan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan usaha. Pelatihan menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memberikan pemahaman praktis dan membantu peserta menyusun strategi usaha sesuai dengan kondisi masing-masing. Melalui metode penyampaian materi, diskusi, studi kasus, simulasi, dan praktik penyusunan rencana usaha, peserta dapat menghubungkan konsep yang diperoleh dengan permasalahan nyata dalam menjalankan usaha.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Kabupaten Garut melalui pelatihan kewirausahaan dan strategi pengembangan usaha berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam mengembangkan pola pikir kewirausahaan, mengidentifikasi peluang bisnis, menyusun perencanaan usaha, melakukan inovasi produk, menerapkan strategi pemasaran, mengelola sumber daya, serta merancang langkah pengembangan usaha yang adaptif dan berkelanjutan.

Dengan meningkatnya kapasitas tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu memperkuat daya saing, memperluas peluang usaha, dan membangun usaha yang lebih tangguh serta berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan *learning by doing* yang melibatkan pelaku UMKM di Kabupaten Garut sebagai peserta. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis mengenai kewirausahaan dan strategi pengembangan usaha berkelanjutan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu persiapan dan identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, praktik dan simulasi, evaluasi, serta tindak lanjut.

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana, mitra, dan peserta kegiatan. Koordinasi dilakukan untuk menentukan waktu, tempat, jumlah peserta, materi, serta teknis pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya, dilakukan identifikasi kebutuhan melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan pelaku UMKM.

Identifikasi kebutuhan mencakup pemahaman peserta mengenai kewirausahaan, perencanaan usaha, kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis, inovasi produk, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, pemanfaatan teknologi, serta pemahaman mengenai keberlanjutan usaha. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam menyusun materi dan menentukan metode pelatihan yang sesuai dengan kondisi peserta.

Pelatihan dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, simulasi, dan praktik langsung. Materi kewirausahaan meliputi pengembangan pola pikir kewirausahaan, karakteristik wirausahawan, identifikasi peluang usaha, kreativitas, inovasi, pengambilan keputusan, serta pengelolaan risiko.

Materi strategi pengembangan usaha berkelanjutan mencakup perencanaan usaha, analisis kondisi internal dan eksternal, pengembangan dan peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran, pemanfaatan media digital, pengelolaan sumber daya, pengelolaan keuangan, serta penyusunan langkah pengembangan usaha yang berorientasi pada keberlanjutan. Materi disampaikan dengan menggunakan contoh dan kasus yang relevan dengan jenis usaha peserta agar mudah dipahami dan diterapkan.

Pada tahap praktik, peserta diarahkan untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan usaha masing-masing. Peserta kemudian menyusun analisis sederhana mengenai peluang pasar, kebutuhan konsumen, keunggulan produk, kelemahan usaha, serta potensi pengembangan yang dapat dilakukan.

Peserta juga melakukan praktik penyusunan rencana usaha yang meliputi penentuan tujuan usaha, target pasar, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, kebutuhan sumber daya, serta rencana pengembangan usaha. Simulasi dilakukan melalui penyelesaian studi kasus mengenai inovasi produk, pemasaran digital, pengelolaan sumber daya, dan strategi menghadapi persaingan usaha.

Pendekatan *learning by doing* digunakan agar peserta dapat menghubungkan materi pelatihan dengan kondisi nyata yang dihadapi. Melalui praktik dan diskusi, peserta diharapkan mampu menyusun strategi pengembangan usaha yang realistis, adaptif, dan sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan. Evaluasi dilaksanakan melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi keaktifan peserta, penilaian hasil praktik, serta umpan balik peserta terhadap pelaksanaan pelatihan.

Pre-test digunakan untuk mengetahui pengetahuan awal peserta mengenai kewirausahaan dan pengembangan usaha berkelanjutan, sedangkan *post-test* digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman setelah pelatihan. Penilaian praktik dilakukan terhadap kemampuan peserta dalam mengidentifikasi peluang usaha, merumuskan ide inovasi, menyusun strategi pemasaran, dan membuat rencana pengembangan usaha.

Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui diskusi reflektif untuk mengetahui kendala yang masih dihadapi peserta serta kesiapan mereka dalam menerapkan materi pelatihan pada kegiatan usaha masing-masing.

Tahap tindak lanjut dilakukan dengan mendorong peserta menerapkan rencana dan strategi yang telah disusun selama pelatihan. Peserta diarahkan untuk melakukan perbaikan secara bertahap, seperti meningkatkan kualitas produk, memperkuat identitas usaha, memanfaatkan media digital, memperluas pemasaran, melakukan pencatatan keuangan, serta mengelola sumber daya secara lebih efektif.

Peserta juga didorong untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan usaha, perubahan kebutuhan konsumen, efektivitas strategi pemasaran, dan pencapaian target usaha. Pendampingan lanjutan dapat dilakukan untuk membantu peserta mengatasi kendala dalam penerapan strategi serta memastikan keberlanjutan hasil kegiatan.

Melalui tahapan tersebut, kegiatan PkM diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kabupaten Garut dalam mengembangkan pola pikir kewirausahaan dan menyusun strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Peningkatan kapasitas tersebut diharapkan mampu memperkuat daya saing, meningkatkan kemampuan adaptasi, memperluas peluang usaha, serta mendukung terciptanya UMKM yang tangguh dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema “Pemberdayaan UMKM di Garut melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Strategi Pengembangan Usaha Berkelanjutan” dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha secara kreatif, adaptif, dan berkelanjutan. Kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, simulasi, praktik penyusunan rencana usaha, serta evaluasi.



Gambar 1. Foto Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi awal, diketahui bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam menyusun perencanaan usaha, mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan inovasi produk, memanfaatkan media digital, serta melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan. Sebagian peserta juga masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman dan kebiasaan tanpa didukung oleh strategi pengembangan yang terencana.

Pada tahap pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pola pikir kewirausahaan dalam menghadapi perubahan pasar dan persaingan usaha. Peserta diarahkan untuk mengenali karakteristik wirausahawan, seperti kreativitas, keberanian mengambil risiko, kemampuan melihat peluang, kemampuan beradaptasi, serta kemauan untuk terus belajar dan melakukan inovasi.

Materi mengenai identifikasi peluang usaha membantu peserta memahami pentingnya mengenali kebutuhan konsumen dan perubahan tren pasar. Melalui diskusi dan studi kasus, peserta mampu mengidentifikasi potensi usaha yang dapat dikembangkan berdasarkan sumber daya lokal, karakteristik konsumen, serta keunggulan produk yang dimiliki. Peserta juga mulai memahami bahwa pengembangan usaha tidak hanya dilakukan dengan menambah jumlah produk, tetapi juga melalui peningkatan kualitas, kemasan, pelayanan, dan nilai tambah produk.

Pada kegiatan praktik, peserta menyusun analisis sederhana mengenai kondisi usaha masing-masing. Analisis tersebut mencakup keunggulan produk, kelemahan usaha, peluang pasar, potensi persaingan, kebutuhan konsumen, serta hambatan yang dihadapi. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mulai mampu melihat kondisi usaha secara lebih objektif dan menentukan aspek yang perlu diperbaiki.

Peserta juga menyusun rencana pengembangan usaha yang meliputi tujuan usaha, target pasar, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, kebutuhan sumber daya, serta rencana pengembangan jangka pendek dan jangka menengah. Beberapa peserta merumuskan strategi berupa perbaikan kemasan, peningkatan kualitas produk, pemanfaatan media sosial, perluasan jaringan pemasaran, serta pencatatan keuangan secara lebih teratur.

Pada aspek pemasaran, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya membangun identitas usaha dan memanfaatkan media digital. Media sosial dipahami tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun komunikasi dengan konsumen, memperkenalkan keunggulan produk, menerima umpan balik, dan memperluas jangkauan pasar. Peserta juga dilatih untuk menyusun pesan promosi yang lebih informatif dan menarik.

Evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi keaktifan, penilaian hasil praktik, serta umpan balik peserta menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mengenai kewirausahaan dan strategi pengembangan usaha berkelanjutan. Peserta menjadi lebih mampu mengidentifikasi peluang, merumuskan ide inovasi, menentukan target pasar, menyusun strategi pemasaran, dan merancang langkah pengembangan usaha sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Pola pikir kewirausahaan mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada kegiatan operasional sehari-hari, tetapi juga mampu melihat peluang, mengantisipasi perubahan, dan mengambil keputusan berdasarkan perencanaan.

Sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara sederhana dan belum memiliki perencanaan yang sistematis. Kondisi tersebut dapat menghambat perkembangan usaha karena keputusan yang diambil cenderung bersifat jangka pendek dan reaktif. Melalui pelatihan, peserta diarahkan untuk menyusun tujuan usaha, menentukan target pasar, mengenali kebutuhan konsumen, serta merancang strategi yang dapat diterapkan secara bertahap.

Kemampuan mengidentifikasi peluang usaha menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Peluang dapat muncul dari perubahan kebutuhan konsumen, perkembangan teknologi, potensi bahan baku lokal, maupun perubahan pola konsumsi

masyarakat. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan untuk mengamati lingkungan usaha dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Inovasi produk juga menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha berkelanjutan. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk baru, tetapi dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas, variasi produk, desain kemasan, ukuran, rasa, pelayanan, maupun cara penyampaian produk kepada konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya inovasi sebagai upaya mempertahankan minat konsumen dan menghadapi persaingan.

Pemanfaatan media digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya yang relatif terjangkau. Namun, pemanfaatan media digital perlu dilakukan secara konsisten dan terarah. Pelaku UMKM perlu memperhatikan kualitas foto produk, informasi yang disampaikan, frekuensi promosi, interaksi dengan konsumen, serta kecepatan dalam memberikan respons. Strategi tersebut dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat identitas usaha.

Pengelolaan keuangan juga menjadi bagian penting dalam keberlanjutan usaha. Pencatatan keuangan yang sederhana dapat membantu pelaku UMKM mengetahui jumlah pemasukan, pengeluaran, keuntungan, serta kebutuhan modal. Tanpa pencatatan yang baik, pelaku usaha akan kesulitan menilai perkembangan usaha dan menentukan keputusan pengembangan. Oleh karena itu, peserta didorong untuk mulai memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi serta melakukan pencatatan secara rutin.

Strategi pengembangan usaha berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencakup kemampuan menjaga kualitas produk, mengelola sumber daya, mempertahankan hubungan dengan konsumen, serta menyesuaikan usaha dengan perubahan lingkungan. Keberlanjutan usaha membutuhkan konsistensi, evaluasi, dan kemauan untuk melakukan perbaikan secara berkelanjutan.

Pendekatan partisipatif dan *learning by doing* memberikan kontribusi terhadap keberhasilan kegiatan karena peserta terlibat langsung dalam proses identifikasi masalah dan penyusunan solusi. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mempraktikkan penyusunan analisis usaha dan rencana pengembangan berdasarkan kondisi usaha masing-masing. Pendekatan ini membuat materi lebih relevan dan mudah diterapkan.

Meskipun kegiatan menunjukkan hasil yang positif, penerapan strategi pengembangan usaha masih memerlukan pendampingan lanjutan. Beberapa peserta masih menghadapi keterbatasan dalam penggunaan teknologi, pengelolaan keuangan, pengembangan produk, dan pemasaran digital. Oleh karena itu, pendampingan secara berkala diperlukan untuk membantu peserta mengatasi kendala dan memastikan strategi yang telah disusun dapat diterapkan secara konsisten.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Kabupaten Garut. Pelatihan kewirausahaan dan strategi pengembangan usaha berkelanjutan dapat membantu peserta meningkatkan kemampuan adaptasi, memperkuat daya saing, memperluas peluang pasar, serta membangun usaha yang lebih terencana dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema “Pemberdayaan UMKM di Garut melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Strategi Pengembangan Usaha Berkelanjutan” telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola serta mengembangkan usaha. Melalui pelatihan, diskusi, studi kasus, simulasi, dan praktik langsung, peserta memperoleh pemahaman mengenai pola pikir

kewirausahaan, identifikasi peluang usaha, inovasi produk, strategi pemasaran, pemanfaatan media digital, serta pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai mampu menganalisis kondisi usaha, mengenali keunggulan dan kelemahan, menentukan target pasar, menyusun strategi pemasaran, serta merancang rencana pengembangan usaha berdasarkan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki. Peserta juga memahami bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh peningkatan penjualan, tetapi juga oleh kemampuan menjaga kualitas produk, melakukan inovasi, mengelola keuangan, memanfaatkan teknologi, dan menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen.

Pendekatan partisipatif dan *learning by doing* membantu peserta menghubungkan materi pelatihan dengan permasalahan nyata yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Meskipun demikian, penerapan strategi pengembangan usaha masih memerlukan pendampingan lanjutan, khususnya dalam aspek pemasaran digital, pengelolaan keuangan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, pendampingan secara berkala diperlukan agar pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara konsisten serta mampu mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Garut.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro, M. T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1(2), 62-76.
- Hakim, F. N., Suryani, dan Sitompul, N. (2019). Evaluasi Pelayanan Rehabilitasi Sosial bagi Korban Penyalahguna NAPZA di PRS Maunatul Mubarak. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, Vol. 43 (1), hal. 79-88.
- Hidayat, L. (2005). Sugesti Narkoba Berlangsung Seumur Hidup. *Kedaulatan Rakyat*, 14 Desember 2003, Yogyakarta.
- Hugget, C. (2013). *The Virtual Training Guidebook. How to Design, Deliver, and Implement Live Online Learning*. ASTD Press: Alexandria, VA USA.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (E-Book)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lubis, S. N. (2012). Hubungan Faktor Internal dan Faktor Eksternal dengan Kekambuhan Kembali Pasien Penyalahguna Napza di Kabupaten Deli Serdang. *Karya Tugas Akhir yang tidak diterbitkan*, Universitas Sumatera Utara: Medan-Sumatera Utara.
- Murni, R. (2019). Keberfungsian sosial korban penyalahgunaan napza pasca rehabilitasi sosial di Balai Rehabilitasi Sosial korban penyalahgunaan napza Galih Pakuan di Bogor. *Sosio Konsepsia*, Vol. 9 (01), hal. 17-35.
- Noe, Raymond A., & Kodwani, Amitabh Deo. (2018). *Employee training and development*, 7e. McGraw-Hill Education.
- Utarinda, D., Haryadi, R. N., Al Farisi, M. S., Nurjaya, N., & Sunarsi, D. (2022). Perencanaan Bisnis dan Analisis Pembibitan Kedelai di Purwakarta (Studi Kasus Pelaku Usaha Kedelai). *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 4(1), 80-85.
- Website SIRENA pada <https://rehabilitasi.bnn.go.id/public/news/read/267>.
- Wulandari, C. M., Retnowati, D. A., Handojo, K. J., & Rosida, R. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penyalahgunaan NAPZA pada Masyarakat di Kabupaten Jember. *Jurnal Farmasi Komunitas*. Vol. 2 (1), hal. 1-4.
- Firdaus, Thaha Abdurrahman. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia
- Hanafi, M. (2014). Manajemen Risiko. In: Risiko, Proses Manajemen Risiko, dan Enterprise Risk Management. Jakarta: Universitas Terbuka. Pp. 1-40. ISBN 9790112173.
- Joesyiana, K., Prihastuti, A. H., Wahyuni, S., & Susanti, D. (2021). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BumDes) Untuk Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa Bukit Ranah Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 132-139.
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. "COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Jurnal Ilmiah HUBungan Internasional* 20(April): 59-64.
- Rianto Rustam, Bambang. 2018. *Manajemen Risiko: Prinsip, penerapan, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siahaan, Hinsa. *Manajemen Risiko Konsep, Kasus Dan Implementasi*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2007.
- Silpa, Hanoatubun. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal*

- Siregar, Herbert, Agus Rahayu, and Lili Adi Wibowo. "Manajemen Strategi Di Masa Pandemi Covid-19." KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen 1 (2020).
- Siswanti, Indra, Conie Nopinda, Novita Butarbutar, and Edwin Basmar. Manajemen Risiko Perusahaan. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Sunarsi, D., Hastono, H., Yuangga, K. D., Haryadi, R. N., & Teriyan, A. (2022). Literasi Pemasaran Digital Untuk Mengenalkan Batik Pandeglang di Masa Pandemi pada Desa Wisata Sukarame Banten. Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat, 2(2).
- Susetyo, A., & Prasetyo, A. (2020). Pelatihan Manajemen Resiko Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Pandemi Covid-19.
- Tahir, Thamrin, Muhammad Hasan, and Ilham Thaief. Perubahan Paradigma Pendidikan Dan Ekonomi Di Masa Pandemi COVID-19. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.