



PENDAMPINGAN DALAM PENGENALAN DAN PENGEMBANGAN DIRI PELAKU USAHA MIKRO DAN KECIL DI JAMBI

Bonar Hutapea¹, Sri Tiatri² dan Mirabella³

¹Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: bonarh@fpsi.untar.ac.id

²Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: srit@fpsi.untar.ac.id

³Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: mirabella.705180084@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The impact of the Covid-19 pandemic on the world economy and Indonesia is terrible. MSMEs are the most affected sector. The initial study of the mentoring team found that MSME actors had a psychological impact due to a prolonged pandemic that hampered their business. We designed intervention as a short workshop via interactive online (web conference) by specifying a settlement approach, work procedures, partner participation, and specific types of outcomes. This assistance has at least a positive impact on knowledge and attitude change marked by planning and a commitment to self-knowledge and development. Moreover, seeking external support opportunities for business sustainability, finding strategies to maintain business, and adopting the characteristics of successful business actors during the pandemic in addition to the ability to cope with emotions and motivate themselves and the employees. Psychological interventions carried out for partners in the context of self-identification and self-development as MSME actors during the pandemic in Jambi showed a positive impact. However, because the duration of this implementation is relatively short, it is not possible to reveal the impact on the skills needed in the introduction and self-development of MSME actors as well as the real impact on business management. Therefore, it is hoped that this assistance can be applied longer and also applied to other MSME actors, especially during this pandemic.

Keywords: *Self-awareness, Self-development, Entrepreneur, MSME, Intervention*

ABSTRAK

Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian dunia dan Indonesia tergolong berat. UMKM menjadi sektor yang paling terdampak. Kajian awal tim pendamping menemukan pelaku UMKM mengalami dampak psikologis akibat pandemi berkepanjangan yang menghambat usahanya. Intervensi ini dirancang sebagai lokakarya singkat melalui daring interaktif atau konferensi web yang dilanjutkan diskusi-diskusi melalui platform media sosial dengan menerapkan pendekatan penyelesaian, prosedur kerja, partisipasi mitra, dan jenis hasil tertentu. Bantuan ini setidaknya berdampak positif pada perubahan pengetahuan dan sikap yang ditandai dengan perencanaan dan komitmen untuk pengembangan diri dan terus menerus meningkatkan pengetahuan. Selain itu, partisipan juga mengakui sedang mencari peluang dukungan eksternal untuk kelangsungan usaha, menemukan strategi untuk mempertahankan usaha, dan mengadopsi karakteristik pelaku usaha yang sukses di masa pandemi selain juga kemampuan untuk mengatasi emosi dan memotivasi diri sendiri dan karyawannya. Intervensi psikologis yang dilakukan kepada mitra dalam rangka pengenalan dan pengembangan diri sebagai pelaku UMKM pada masa pandemi di Jambi menunjukkan dampak positif. Namun, dikarenakan durasi pelaksanaan ini tergolong singkat, maka belum dimungkinkan untuk mengungkapkan dampaknya pada kecakapan (*skill*) yang dibutuhkan dalam pengenalan dan pengembangan diri para pelaku UMKM serta dampak nyata pada pengelolaan usaha. Maka dari itu, diharapkan pendampingan ini dapat diterapkan lebih lama dan juga diterapkan pada pelaku UMKM lainnya terutama pada masa pandemi ini.

Kata Kunci: *Pengenalan diri, Pengembangan diri, Pelaku usaha, UMKM, Intervensi*

1. PENDAHULUAN

Meski diperkirakan akan berangsur membaik (Safitri, 2020), dampak buruk pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia sangat nyata (Untar, 2020; Pradesha et al., 2020), sebagaimana halnya ekonomi global (The World Bank, 2020; Verma et al., 2021). Salah satu di antaranya adalah kebangkrutan dan kepailitan bidang usaha (Soenarso, 2020; Fauzia, 2020; Anggraeni, 2020; Amankwah-amoa et al., 2020) yang mengakibatkan angka pengangguran yang sangat besar disebabkan banyak pekerjaan hilang (OECD, 2020; Adecco Group, 2020; Schwartz et al., 2020; Farisa, 2020; Ramli, 2020) bahkan diperkirakan akan sulit pulih sekalipun pandemi ini berakhir (Connley, 2020).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar amat penting perekonomian nasional namun sekaligus sektor yang paling terdampak pada masa pandemi ini, utamanya sektor penyedia akomodasi dan penyedia makanan-minuman, pedagang besar dan eceran, serta industri pengolahan. Sektor ini mengalami kesulitan baik sisi permintaan maupun penawaran (*demand and supply*) sehingga sangat terhambat dalam produksi maupun pemasaran disebabkan sulitnya mendapatkan bahan baku, mengakses permodalan dan penurunan permintaan konsumen karena, antara lain, adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) (Cakti, 2020), dan sejumlah aturan lain yang ditetapkan pemerintah sebagai langkah memutus rantai penyebaran Covid-19.

Upaya pemerintah membantu dunia usaha agar bertahan dalam masa pandemi ini (Catriana, 2020) dan meringankan beban pengusaha tergolong serius dan intensif (Pratama, 2021; Fauzia, 2021). Barangkali karena menyadari bahwa wirausaha merupakan salah satu solusi untuk mengatasi pengangguran, selain karena dalam masa krisis akibat pandemi ini tetap terbuka lebar peluang berwirausaha (Meyer et al., 2020; Liñán & Jaén, 2020), selain melakukan investigasi (Pratomo, 2020)

Meski demikian, masalah yang dialami para pelaku usaha belum sepenuhnya bisa tertangani khususnya aspek permintaan (*demand*). Hal ini antara lain disebabkan ketidakpastian dunia usaha karena pandemi masih belum dapat dipastikan kapan akan berakhir selain kesulitan keuangan yang dialami konsumen karena, misalnya, dirumahkan (*laid off*) sehingga mengakibatkan merosotnya daya beli masyarakat (Fauzia, 2020a) yang tidak berbeda dengan yang terjadi di negara lain (Barrett et al., 2021). Situasi ini tak hanya menuntut upaya keras dari pemerintah melainkan pelaku usaha untuk mencari solusi yang paling mungkin dalam menyiasati.

Kajian awal yang dilakukan tim Universitas Tarumanagara untuk pendampingan UMKM terdampak pandemi Covid-19 terhadap sejumlah pelaku mengungkapkan sejumlah permasalahan yang dihadapi sebagaimana umumnya dihadapi pelaku usaha di mana pun sebagaimana diuraikan di atas. Temuan ini bersesuaian dengan pernyataan Dinas Koperasi dan UKM bahwa pelaku UMKM di 11 Kabupaten/Kota dalam Provinsi Jambi sangat terdampak pandemi ini (Wijaya, 2020). Temuan lain yang juga penting adalah dampak psikososial yang dirasakan pelaku UMKM selama pandemi ini, antara lain kecemasan dan stress yang tergolong sedang hingga tinggi.

Dalam hal ini, di luar kondisi eksternal yang berperan, faktor internal yakni diri pelaku tidak dapat dilepaskan terhadap kesulitan yang dihadapi pelaku UMKM. Upaya mengelola usaha dalam kondisi sulit, mengelola orang lain khususnya pekerja, karyawan dan relasi dengan pemangku kepentingan sangat tergantung pada diri pelaku usaha tersebut.

Hasil survei dengan menggunakan kuesioner sederhana menunjukkan bahwa secara umum pelaku UMKM mengakui belum mampu belum memiliki kesadaran diri dan pengelolaan diri yang baik (*self-awareness and self-management*) khususnya mengelola emosi, keterbukaan diri dan upaya mendapatkan umpan balik dari orang lain dalam upaya mengembangkan diri sebagai pelaku usaha agar semakin mampu mengelola UMKM, utamanya dalam masa pandemi saat ini.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah dijelaskan pada bagian pendahuluan, maka tim membuat sebuah prosedur kerja untuk mencapai hasil yang maksimal. Prosedur kerja tersebut, dituangkan dalam bentuk Tabel 1, yang disusun dengan menyertakan metode pendekatan penyelesaian, prosedur kerja, partisipasi mitra dan jenis luaran.



Tabel 1

Metode Pelaksanaan Pendampingan

No.	Permasalahan mitra	Metode pendekatan	Prosedur kerja	Partisipasi mitra	Jenis luaran
1	Meningkatkan pengelolaan diri	Diskusi dan refleksi	Mendorong peserta mengelola emosi dan memanfaatkan kemampuan kognitif dalam pemecahan masalah	Partisipasi dengan keterbukaan dan pengungkapan diri	Sejumlah rencana yang diprioritaskan
2	Pengembangan diri terutama terkait pengelolaan usaha	Diskusi dan sumbang saran	Mendorong peserta mendaftar kekuatan dan ruang untuk pengembangan diri	Partisipasi aktif-interaktif	Komitmen pengembangan diri

Pendekatan dalam intervensi ini dapat digolongkan sebagai *personal initiative training* (Glaub & Frese, 2011) yang ditujukan kepada pemilik usaha (*existing entrepreneurs*) kecil dan mikro, bukan pada mahasiswa atau calon pengusaha, dengan menerapkan sebagian dari urutan tindakan yang didasarkan pada *Action-Regulation Theory* dengan penekanan khusus pada konsep inisiatif pribadi (Frese et al., 2016) secara partisipatif melalui diskusi dan refleksi (Morselli, 2018).

Adapun alur atau rangkaian pendampingan dimulai dengan perkenalan dan membangun keakraban, dilanjutkan dengan menanyakan permasalahan konkrit yang dihadapi mitra terkait sebagai pelaku UMKM masa pandemi ini. Tahapan ini dimaksudkan untuk mengkonfirmasi temuan sebelumnya sekaligus mendalami segi psikososial lainnya yang belum terungkap dari kuesioner sederhana pada studi awal. Selanjutnya, pendamping menyampaikan sejumlah temuan penelitian terkait permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha tak hanya di Indonesia namun juga di dunia pada masa pandemi Covid-19 berdasarkan sejumlah penelitian terutama dampak pada kesehatan mental dan sejumlah permasalahan psikososial.

Pendamping menawarkan pengenalan diri dan pengembangan diri sebagai salah satu strategi penyelesaian masalah dimulai dari kesadaran diri (Lans et al., 2010) termasuk mengelola emosi dan pikiran melalui relaksasi, keterbukaan dan pengungkapan diri serta upaya mendapatkan umpan balik, antara lain memanfaatkan Jendela Johari (Johari Window) (Beck, 1994; Nair & Naik, 2010; Chang et al., 2012) dan dukungan sosial seluas-luasnya dari banyak pihak terutama terkait pengelolaan usaha dan kemungkinan kerja sama dan peluang pengembangan usaha.

Sebagai kelanjutan dari pengenalan diri, pendamping mendorong mitra untuk mengupayakan pengembangan diri berdasarkan pengenalan terhadap kekuatan dan peluang sekaligus membuka ruang bagi perbaikan diri (*self-improvement*) dengan memanfaatkan analisis SWOT (Helms & Nixon, 2010; Addams & Allfred, 2013) yang dilengkapi dengan penjelasan tentang karakteristik atau sifat Pelaku UMKM, utamanya masa pandemi (Sohmen & Ludlum, 2021) dan sejumlah strategi para pelaku UMKM untuk bertahan dalam masa pandemi dari berbagai temuan penelitian di dunia termasuk meliputi negara berkembang (Papadopoulos et al., 2020; Aladejebi, 2020; Alves et al., 2020; Giunipero et al., 2021; Katare et al., 2021) dan pengalaman sejumlah pebisnis dalam masa krisis sejak pandemi Covid-19 dalam tingkat kesiapan menghadapi krisis dalam kaitannya dengan potensi gangguan terhadap perusahaan (Reeves et al., 2020).

Keseluruhan sesi diakhiri, sebagai luaran dari kegiatan pendampingan ini, dengan pernyataan tentang rencana yang akan dilaksanakan secara kontinu untuk pengenalan dan pengembangan diri disertai komitmen untuk mengevaluasi secara berkala, termasuk upaya mendapatkan bimbingan atau bantuan dari profesional jika dibutuhkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini sedianya diikuti oleh 4 peserta dengan gambaran terkait usaha pada tabel 2.

Tabel 2

Gambaran Mitra Pendampingan

	Inisial Mitra	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Status Perkawinan	Jenis usaha	Bidang usaha
1	EP	Laki-laki	41	Kawin	Penjualan makanan/minuman	Makanan ringan
2	Nr	Perempuan	48	Kawin	Penjahit	Pakaian
3	ES	Perempuan	26	Belum kawin	Penjualan makanan/minuman	Makanan ringan
4	AM	Laki-laki	32	Belum kawin	Kerajinan tangan	Suvenir

Pada awal sesi secara umum peserta banyak mengetengahkan kecemasan dan perasaan tertekan dan ketidakmampuan memikirkan langkah-langkah mengelola usaha secara kreatif dalam menyiasati dampak buruk pandemi Covid-19. Misalnya EP yang menyatakan “*penjualan menurun, tidak konsisten dengan adanya pandemi ini... Tak hanya karena persaingan ketat tapi karena konsumen ketakutan tertular. Toko kami mengandalkan pelanggan lama saja*” atau Nr yang mengeluhkan harga produknya menjadi lebih mahal dan, karenanya, menjadi sulit dipasarkan serta mengalami kesulitan memanfaatkan media sosial dalam promosi “*membuat masker yang sesuai standar kesehatan, tiga lapis, dan harganya cenderung mahal. Terkadang orang mau, dan promosi melalui mulut ke mulut karena (promosi) melalui Instagram kurang efektif*”. Demikian pula ES yang mengeluhkan kesulitannya meningkatkan efisiensi bahan baku karena keterbatasan dukungan pengelolaan karena pengaruh pandemi “*...semoga pandemi ini cepat berakhir sebab saya berupaya mengembangkan produk saya supaya lebih efisien tapi masih sangat sulit karena belum bisa terbantu dengan pengolahan yang tidak boros dengan minyak*”. Tidak berbeda dari AM yang mengeluhkan beban yang dirasakannya dan komunitas yang didampinginya “*...setiap malam melakukan diskusi dengan teman komunitas mengenai solusi. Omset terombang ambing, saya merasa prihatin dan dalam kondisi tidak mempunyai apa-apa bantu orang bagaimana.*”

Selama sesi pendampingan, mitra menunjukkan antusiasme, kehangatan dan keterbukaan termasuk diskusi interaktif dengan sesama peserta. Para peserta juga menunjukkan minat yang tinggi dalam menyimak pemaparan pendamping dan pembahasan hasil temuan dari berbagai penelitian yang relevan. Dibandingkan pada awal sesi, pada sesi akhir menunjukkan respon berbeda terutama komitmen yang kuat untuk pengenalan, pengembangan diri dan berbagai rencana yang dianggap membantu pengelolaan usaha yang lebih baik agar bertahan selama pandemi. Misalnya EP yang menyatakan “*saya terdorong untuk membuka diri, sebab jika masih menutup diri tidak akan maksimal, juga akan banyak mencoba (berbagai strategi), (termasuk mengupayakan) bagaimana pemasaran melalui media sosial*” atau NR yang menegaskan “*lebih berusaha dalam mengembangkan usaha, lebih memotivasi keberanian dalam menghadapi resiko apapun dalam usaha (penawaran) dan lebih membuka diri. Saya kira ini sangat penting*” yang kurang lebih sama dengan tekad ES “*saya akan berupaya lebih keras lagi mencari cara, lebih memerhatikan dan memaksimalkan produk saya yang dijual*” sebagaimana juga AM yang berjanji “*...ke depannya selaku mentor dari komunitas semampunya saya akan melakukan apa saja yang bisa saya lakukan, untuk membanggakan komunitas sampai kapanpun akan berjuang, dan membuat teman-teman tersenyum lagi.*”



Komitmen yang disampaikan para peserta pendampingan ini lebih terperinci bersesuaian dengan sejumlah strategi UMKM agar bertahan dalam pandemi Covid-19 (Bisnisjakarta.co.id, 2020) yakni: a) tetap berfokus pada kebutuhan konsumen dan terus berinovasi dan berkreasi dalam produk maupun pelayanan sesuai dengan keinginan dan perilaku konsumen; b) mempersiapkan generasi selanjutnya untuk menjadi pemimpin masa depan yang lebih tangguh; c) terus menjaga hubungan baik timbal balik dengan *vendor*, *supplier* dan distributor; d) berhimpun dalam organisasi UMKM sebagai sarana mengembangkan jejaring dan bisnis; e) berkolaborasi dengan perbankan sebagai mitra strategis untuk sumber pembiayaan, informasi, dan pendampingan pengembangan usaha.

Para mitra juga mendapatkan ide dari berbagai strategi pelaku UMKM di berbagai negara sebagaimana temuan Papadopoulos et al., (2020), Aladejebi (2020), Alves et al. (2020), Giunipero et al. (2021), dan Katare et al. (2021) utamanya: 1) Digitalisasi/pemasaran digital melalui media sosial; 2) Memotivasi pekerja/staf untuk mencapai hasil maksimal atau optimal; 3) Berpikir keras untuk inovasi dan melihat berbagai peluang yang masih ada termasuk diversifikasi produk; 4) Mencari berbagai peluang untuk mematangkan diri sebagai pelaku usaha karena ‘digembleng’ situasi dan kondisi sulit termasuk mengikuti berbagai webinar terkait bisnis (peningkatan pembelajaran); 5) Membuka diri untuk peluang kerja sama dan memperluas jejaring/koneksi, termasuk eksplorasi pasar yang baru; 6) Aktif mencari berbagai kemungkinan insentif dan inisiatif pemerintah dan lembaga keuangan masa pandemi semisal penjadwalan ulang pinjaman, suku bunga rendah, insentif untuk individu dan UMKM

Secara khusus terkait poin 6 di atas, peserta juga menyatakan akan aktif mencarikan informasi dan peluang untuk mendapatkan dan mengupayakan akses terhadap berbagai bantuan dari pemerintah, antara lain: a) Mendapatkan bantuan sosial selaku pelaku mikro dan ultramikro bila dimasukkan ke dalam kelompok miskin; b) Mengajukan penundaan cicilan dan bunga demi mengatasi arus kas sebab pemerintah menyediakan pembiayaan melalui pajak; c) Mengajukan pembiayaan melalui Kredit Usaha Rakyat; d) Mendorong pemerintah membeli produknya sebab pemerintah menjalin kerja sama dengan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) dalam belanja produk UMKM; e) Melakukan inovasi baru dan adaptasi dengan pasar baru dengan terhubung secara daring dengan UMKM lainnya sebab pemerintah melakukan pendampingan dan pelatihan digital (Sulaeman, 2020; Putra, 2020; Cakti, 2020).

Secara khusus terkait pengenalan dan pengembangan diri, mitra juga menyatakan akan berupaya untuk menanggulangi masalah emosi dan pikiran termasuk meningkatkan selera humor terutama selama masa pandemi sebagaimana disarankan Hutapea (2021), termasuk memahami motivasi diri sendiri dan karyawan terutama selama masa pandemi (Ertel, 2021) sehingga tetap mampu memotivasi diri sendiri dan membujuk karyawan agar menunjukkan kinerja optimal demi keberlangsungan usaha karena mampu melampaui krisis.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Intervensi psikologis sederhana berupa pendampingan yang dilakukan kepada mitra dalam rangka pengenalan dan pengembangan diri sebagai pelaku UMKM masa pandemi di Jambi menunjukkan dampak positif, sekurang-kurangnya terdapat perubahan pada pengetahuan dan sikap yang ditandai dengan rencana tindak lanjut dan komitmen menjalankannya. Karenanya, kami mengharapkan pendampingan serupa dalam dilakukan kepada pelaku UMKM lainnya terutama bila masa pandemi ini masih berlanjut.

Meski demikian, intervensi ini memiliki kelemahan antara lain durasi pelaksanaan yang tergolong singkat sehingga belum dimungkinkan untuk mengungkapkan dampaknya pada kecakapan (*skill*) yang dibutuhkan dalam pengenalan dan pengembangan diri para pelaku UMKM serta dampak nyata pada pengelolaan usaha. Selain itu juga belum dimungkinkan melakukan pengukuran efektivitas secara kuantitatif mengingat mitra tampaknya kurang mudah menggunakan aplikasi dengan perangkat teknologi secara daring. Untuk itu, bila pendampingan semacam ini hendak dilaksanakan sebaiknya dilakukan modifikasi agar semakin efektif dan efektivitasnya dapat dievaluasi secara terukur.

UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam merespon krisis karena berbagai alasan terutama pengalaman menangani berbagai masalah dan krisis sebelumnya, karenanya pendampingan terhadap pelaku usaha ini harus diupayakan sebaik mungkin dengan harapan akan menjadi salah satu tumpuan penting perekonomian Indonesia, terutama dalam masa pandemi saat ini.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara atas dukungan dana dan dukungan administratif yang diberikan sehingga pendampingan kepada pelaku usaha ini dapat terlaksana.

REFERENSI

- Addams, L., & Allfred, A. (2013). The first step in proactively managing students' careers: Teaching self-SWOT Analysis. *Academy of Educational Leadership Journal*, 17(4), 43–51.
- Adecco Group. (2020, September 11). *Five jobs that will not return even after Covid-19 is over: Top 5 trends from the world of work*. <https://www.adeccogroup.com/future-of-work/latest-insights/five-jobs-that-will-not-return-even-after-covid-19-is-over-top-5-trends-from-the-world-of-work/>
- Aladejebi, O. (2020). Managing small businesses in Nigeria during Covid-19 crisis: Impact and survival strategies. *Journal of Business and Management*, 22(8), 24–34. <https://doi.org/10.9790/487X-2208012434>
- Alves, J. C., Lok, T. C., Luo, Y., & HAO, W. (2020). Crisis management for small business during the Covid-19 outbreak: Survival, resilience and renewal strategies of firms in Macau. *Research Square*, 1–29. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-34541/v1>
- Amankwah-amoaah, J., Khan, Z., & Wood, G. (2020). COVID-19 and business failures: The paradoxes of experience, scale, and scope for theory and practice. *European Management Journal*, 39(2), 179–184. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.09.002>
- Anggraeni, R. (2020). Aduh, 60% Perusahaan Bangkrut Negara Covid-19. *Okezone.Com*. <https://economy.okezone.com/read/2020/12/10/455/2324978/aduh-60-perusahaan-bangkrut-gegara-covid-19>
- Barrett, P., Das, S., Magistretti, G., Pugacheva, E., & Wingender, P. (2021). *After-effects of the covid-19 pandemic: Prospects for medium-term economic damage* (2021/203; IMF Working Paper, Issue 30 July).
- Beck, C. E. (1994). Perspectives on the self in communication: The cognition continuum and the Johari Window. *Technical Communication*, 41(4), 753–756.
- bisnisjakarta.co.id. (2020). *Begini Strategi UMKM Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19*. <http://bisnisjakarta.co.id/2020/05/05/begini-strategi-umkm-bertahan-di-tengah-pandemi-covid-19/>
- Cakti, A. (2020). Upaya habis-habisan pemerintah dalam memulihkan sektor UMKM. *Antaraneews.Com*. <https://www.antaraneews.com/berita/1776857/upaya-habis-habisan-pemerintah-dalam-memulihkan-sektor-umkm>



- Catriana, E. (2020). Ini 6 keuntungan yang diberikan UU Cipta Kerja untuk UMKM dan Koperasi. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/10/09/054100826/ini-6-keuntungan-yang-diberikan-uu-cipta-kerja-untuk-umkm-dan-koperasi>
- Chang, W. W., Chen, C. H. L., Huang, Y. F., & Yuan, Y. H. (2012). Exploring the unknown: International service and individual transformation. *Adult Education Quarterly*, 62(3), 230–251. <https://doi.org/10.1177/0741713611402049>
- Connley, C. (2020, November 19). 22 jobs at high risk of slow recovery after the coronavirus. *Cnbc.Com*. <https://www.cnbc.com/2020/11/19/22-jobs-at-high-risk-of-slow-recovery-after-the-coronavirus-pandemic.html>
- Ertel, S. (2021). Small business post-Covid-19: Motivational needs through uncertain times. *Compensation & Benefits Review*, 53(1), 8–15. <https://doi.org/10.1177/0886368720945134>
- Farisa, F. C. (2020, November 11). Resesi hingga peningkatan pengangguran akibat pandemi, Jokowi: Ini pukulan berat. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com/read/2020/11/11/16013421/resesi-hingga-peningkatan-pengangguran-akibat-pandemi-jokowi-ini-pukulan>
- Fauzia, M. (2020a). Bappenas: Daya Beli Masyarakat Merosot Rp 374,4 Triliun Akibat Pandemi Covid-19. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/12/28/201636326/bappenas-daya-beli-masyarakat-merosot-rp-3744-triliun-akibat-pandemi-covid-19>
- Fauzia, M. (2020b, September 14). Puluhan Korporasi Besar di AS Bangkrut dan Ajukan Pailit. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/09/14/141841626/puluhan-korporasi-besar-di-as-bangkrut-dan-ajukan-pailit?page=all>
- Fauzia, M. (2021). Pekerja di Wilayah PPKM Level 3 Juga Dapat Subsidi Upah Rp 1 Juta. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2021/07/26/171220626/pekerja-di-wilayah-ppkm-level-3-juga-dapat-subsidi-upah-rp-1-juta>
- Frese, M., Gielnik, M. M., & Mensmann, M. (2016). Psychological Training for Entrepreneurs to Take Action: Contributing to Poverty Reduction in Developing Countries. *Current Directions in Psychological Science*, 25(3), 196–202. <https://doi.org/10.1177/09637214166636957>
- Giunipero, L. C., Denslow, D., & Rynarzewska, A. I. (2021). Small business survival and COVID-19 - An exploratory analysis of carriers. *Research in Transportation Economics*, July 2020, 101087. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2021.101087>
- Glaub, M., & Frese, M. (2011). A critical review of the effects of entrepreneurship training in developing countries. *Enterprise Development and Microfinance*, 22(4), 335–353. <https://doi.org/10.3362/1755-1986.2011.035>
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now?: A review of academic research from the last decade. In *Journal of Strategy and Management* (Vol. 3, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/17554251011064837>
- Hutapea, B. (2021). Tertawalah lebih sering sebelum pandemi ini berakhir. *Kompas.Com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/01/12/114752420/tertawalah-lebih-sering-sebelum-pandemi-ini-berakhir?page=all>
- Katare, B., Marshall, M. I., & Valdivia, C. B. (2021). Bend or break? Small business survival and strategies during the COVID-19 shock. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 61(January), 102332. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102332>
- Lans, T., Biemans, H., Mulder, M., & Verstegen, J. (2010). Self-awareness of mastery and improvability of entrepreneurial competence in small businesses in the agrifood sector. *Human Resource Development Quarterly*, 21(2), 147–168. <https://doi.org/10.1002/hrdq.20041>
- Liñán, F., & Jaén, I. (2020). The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: Some reflections. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2020-0491>
- Meyer, K., Pedersen, C. L., & Ritter, T. (2020, April 12). The coronavirus crisis: A catalyst for

- entrepreneurship. *Theconversation.Com*. <https://theconversation.com/the-coronavirus-crisis-a-catalyst-for-entrepreneurship-135005>
- Morselli, D. (2018). Teaching a sense of initiative and entrepreneurship with constructive alignment in tertiary non-business contexts. *Education and Training*, 60(2), 122–138. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2017-0093>
- Nair, S. K., & Naik, N. S. (2010). The Johari Window profile of executives of a public sector undertaking. *Management and Labour Studies*, 35(2), 137–148. <https://doi.org/10.1177/0258042X1003500201>
- OECD. (2020). *The impact of the COVID-19 pandemic on jobs and incomes in G20 economies*.
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Elisavet, M. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International Journal of Information Management*, 55(January), 1–4.
- Pradesha, A., Amaliah, S., Noegroho, A., & Thurlow, J. (2020). *The cost of COVID 19 on the Indonesian economy: A Social Accounting Matrix (SAM) Multiplier Approach* (Issue June). <https://www.ifpri.org/publication/cost-covid-19-indonesian-economy-social-accounting-matrix-sam-multiplier-approach>
- Pratama, A. M. (2021). Apa Alasan Pemerintah Salurkan Subsidi Gaji Rp 1 Juta? *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2021/07/23/110000426/apa-alasan-pemerintah-salurkan-subsidi-gaji-rp-1-juta->
- Pratomo, H. B. (2020). Pemerintah Minta Masyarakat Tak Takut Investasi dan Tetap Belanja di Masa Pandemi. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/uang/pemerintah-minta-masyarakat-tak-takut-investasi-dan-tetap-belanja-di-masa-pandemi.html>
- Putra, D. A. (2020). Upaya Pemerintah Selamatkan Indonesia Dari Krisis Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/uang/upaya-pemerintah-selamatkan-indonesia-dari-krisis-ekonomi-akibat-pandemi-covid-19.html>
- Ramli, R. R. (2020, November 5). Jakarta jadi provinsi dengan pengangguran terbanyak di Indonesia. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/11/05/154709626/jakarta-jadi-provinsi-dengan-pengangguran-terbanyak-di-indonesia>
- Reeves, M., Lang, N., & Carlsson-Szlezak, P. (2020, February 27). Lead Your Business Through the Coronavirus Crisis. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/02/lead-your-business-through-the-coronavirus-crisis>
- Safitri, K. (2020). ICAEW Proyeksi Ekonomi Indonesia Melesat 6 Persen pada 2021. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/12/28/115902226/icaew-proyeksi-ekonomi-indonesia-melesat-6-persen-pada-2021?page=all>
- Schwartz, J., Hatfield, S., Scoble-Williams, N., & Volini, E. (2020). Workforce strategies for post-COVID-19 recovery. In *Deloitte*. <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/human-capital/articles/covid-19-workforce-strategies-for-post-covid-recovery.html?id=us:2pm:3ad:ospfy20:eng:greenodot:em:covid:dn:c19wrkstrgty:1x1:hbr:050120:1080467693>
- Soenarso, S. A. (2020). Banyak perusahaan mulai pailit karena pandemi covid-19, apa kata Kadin? *Kontan.Co.Id*. <https://industri.kontan.co.id/news/banyak-perusahaan-mulai-pailit-karena-pandemi-covid-19-apa-kata-kadin>
- Sohmen, V. S., & Ludlum, M. (2021). Building business resilience and sustainability. *Global Journal of Entrepreneurship*, 5(1).
- Sulaeman. (2020). 5 Strategi Pemerintah Selamatkan UMKM dari Pandemi Corona. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/uang/5-strategi-pemerintah-selamatkan-umkm-dari-pandemi-corona.html>
- The World Bank. (2020, June 8). *The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World*. <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global->



- economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world#:~:text=Efforts to contain COVID-19,potential growth and productivity growth.
- Untar. (2020, November 27). Membangun Ekonomi dalam Pandemi. *Seminar Online Dengan Tajuk “ Covid-19 Effect On Malaysian Economics: Resilient Recovery Strategies & Potentials Economic Effects of Covid-19 On Expenditure To The Services Sector And Employment In Indonesia ”*,. <http://untar.ac.id/pages/beritadetail/38285>
- Verma, P., Dumka, A., Bhardwaj, A., Ashok, A., Kestwal, M. C., & Kumar, P. (2021). A statistical analysis of impact of COVID19 on the global economy and stock index returns. *SN Computer Science*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s42979-020-00410-w>
- Wijaya, T. (2020). 11.454 Pelaku Usaha Mikro di Jambi Terdampak Pandemi Covid 19. *Rri.Co.Id*. <https://rri.co.id/jambi/ekonomi/863311/11-454-pelaku-usaha-mikro-di-jambi-terdampak-pandemi-covid-19>