



Altruism and Welfare Practices of Pempek Cek Ayu in Micro MSME Business

Joyo Pramudya¹, Rina Oktaviana², Desy Misnawati³, Dwi Maharani⁴
Universitas Bina Darma

Corresponding Author: Joyo Pramudya joyopramudya2021@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Altruism,
Welfare, Micro Business,
MSMEs

Received : 15 November

Revised : 17 December

Accepted: 27 January

©2024 Pramudya, Oktaviana, Misnawati, Maharani: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

In the era of globalization, MSME micro businesses have unique opportunities and challenges. Business sustainability is a critical focus, with an emphasis on environmentally friendly practices, economic resilience and social responsibility. Along with this, technology and global connectivity play a significant role in increasing visibility and market access for micro businesses. Although many MSME micro businesses face obstacles, such as limited access to capital and human resources, research findings show that innovation and adaptability are the keys to success. Micro businesses that are able to adopt technology, understand global markets, and respond to changing trends have the potential to grow and have a positive impact. The sustainability of MSME micro businesses is also closely connected to local empowerment. Overall, this research provides a comprehensive view of MSME micro businesses as important agents in the local and global economy. It is hoped that these findings can provide guidance for stakeholders, including business owners, governments and supporting organizations, to improve a sustainable and competitive micro-business environment amidst global challenges. This article presents a solution to help the development of MSMEs by forming a special institution consisting of lecturers and communication science students from Bina Darma University who continuously dedicate themselves to MSMEs to create and manage brands and the quality of human resources in order to build prosperity between owners and employees.

Altruisme dan Kesejahteraan Praktik Pempek Cek Ayu dalam Bisnis Mikro UMKM

Joyo Pramudya¹, Rina Oktaviana², Desy Misnawati³, Dwi Maharani⁴

Universitas Bina Darma

Corresponding Author: Joyo Pramudya joyopramudya2021@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Altruisme, Kesejahteraan, Bisnis Mikro, UMKM

Received : 15 November

Revised : 17 Desember

Accepted: 27 Januari

©2024 Pramudya, Oktaviana, Misnawati, Maharani: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Dalam era globalisasi, bisnis mikro UMKM memiliki peluang dan tantangan yang unik. Keberlanjutan bisnis menjadi fokus kritis, dengan penekanan pada praktik ramah lingkungan, ketahanan ekonomi, dan tanggung jawab sosial. Seiring dengan itu, teknologi dan konektivitas global memainkan peran signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi bisnis mikro. Meskipun banyak bisnis mikro UMKM menghadapi kendala, seperti akses terbatas ke modal dan sumber daya manusia, temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan adaptabilitas menjadi kunci kesuksesan. Bisnis mikro yang mampu mengadopsi teknologi, memahami pasar global, dan merespons perubahan tren memiliki potensi untuk berkembang dan memberikan dampak positif. Keberlanjutan bisnis mikro UMKM juga terhubung erat dengan pemberdayaan lokal. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan pandangan komprehensif terhadap bisnis mikro UMKM sebagai agen penting dalam ekonomi lokal dan global. Temuan ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pemangku kepentingan, termasuk pemilik bisnis, pemerintah, dan organisasi pendukung, untuk meningkatkan lingkungan bisnis mikro yang berkelanjutan dan berdaya saing di tengah tantangan global. Tulisan ini menghadirkan sebuah solusi untuk membantu perkembangan UMKM dengan membentuk lembaga khusus yang terdiri dari dosen dan mahasiswa ilmu komunikasi universitas bina darma yang secara berkelanjutan mengabdikan diri kepada UMKM untuk menciptakan dan mengelola brand hingga kualitas SDM agar membangun kesejahteraan antara pemilik dan karyawan.

PENDAHULUAN

Bisnis mikro dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran krusial dalam perekonomian global. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, sektor ini menjadi tulang punggung bagi banyak negara, memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan ekonomi, dan pengembangan masyarakat lokal. Bisnis mikro umumnya merujuk pada entitas-usaha kecil yang dimulai dengan modal terbatas. Ukurannya yang kecil dan fleksibilitasnya membuat bisnis mikro sering kali menjadi pilihan bagi individu dengan modal terbatas yang ingin memulai perjalanan kewirausahaan mereka. Sementara itu, UMKM mencakup berbagai bisnis, mulai dari skala mikro hingga menengah, yang memiliki dampak yang signifikan pada perekonomian dan memainkan peran penting dalam menyediakan beragam produk dan jasa. Pentingnya bisnis mikro UMKM tidak hanya terletak pada kontribusinya terhadap perekonomian, tetapi juga pada dampak sosial dan budayanya. Banyak dari bisnis ini berakar dalam komunitas lokal dan dijalankan oleh individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan dinamika masyarakat tempat mereka beroperasi. Hal ini menciptakan kesempatan untuk membangun keterlibatan lokal, mempromosikan keberlanjutan, dan memperkuat ikatan sosial.

Altruisme dalam konteks bisnis UMKM mencerminkan sikap dan tindakan yang dilakukan dengan niat untuk memberikan manfaat bagi orang lain, bukan hanya memperjuangkan kepentingan pribadi. Praktik bisnis yang berfokus pada altruisme membuka peluang untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih inklusif, adil, dan berkelanjutan. Praktek bisnis UMKM yang mengedepankan altruisme sering kali muncul dari pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan dalam komunitas lokal. Dalam beberapa kasus, bisnis UMKM dapat berfungsi sebagai agen perubahan sosial dengan menyediakan peluang pekerjaan lokal, mendukung pendidikan, atau berkontribusi pada inisiatif kesehatan masyarakat. Dengan cara ini, mereka tidak hanya menjadi entitas ekonomi, tetapi juga mitra pembangunan komunitas. Salah satu aspek utama dalam memahami hubungan antara altruisme dan bisnis UMKM adalah kesadaran akan tanggung jawab sosial. Dalam beroperasi, bisnis UMKM dapat mengadopsi kebijakan yang memprioritaskan kesejahteraan karyawan, keberlanjutan lingkungan, dan keterlibatan dalam inisiatif sosial. Dengan begitu, mereka menjadi agen perubahan yang berdampak positif pada masyarakat setempat dan lingkungan di sekitarnya.

Dalam panorama bisnis mikro dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Pempek Cek Ayu muncul sebagai contoh sukses yang tidak hanya mengedepankan aspek ekonomi tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai altruisme dan kesejahteraan dalam praktik bisnisnya. Pempek Cek Ayu, sebagai bisnis mikro, memiliki ciri khasnya sendiri yang melibatkan produksi dan penjualan pempek, hidangan khas Palembang. Meskipun berskala mikro, bisnis ini memahami peran pentingnya dalam mendorong kesejahteraan

karyawan. Dalam dunia bisnis, kesejahteraan karyawan menjadi aspek penting yang semakin diperhatikan, terutama dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu contoh bisnis mikro yang menonjol dengan pendekatan ini adalah Pempek Cek Ayu.

Pempek Cek Ayu, sebagai bisnis mikro yang mengkhususkan diri dalam produksi dan penjualan pempek, menonjolkan konsep kesejahteraan karyawan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Altruisme terwujud dalam praktek memberikan peluang pekerjaan dan pelatihan karyawan lokal. Ini menciptakan dampak langsung pada peningkatan keterampilan dan pendapatan di komunitas tempat mereka beroperasi. Dengan memberdayakan karyawan lokal, Pempek Cek Ayu tidak hanya menjadi penyedia lapangan kerja tetapi juga agen perubahan yang positif di tingkat lokal. Keberlanjutan ekonomi karyawan juga menjadi perhatian utama Pempek Cek Ayu. Dalam praktek bisnis mereka, bisnis ini mungkin menawarkan kondisi kerja yang adil, termasuk pembayaran yang layak dan manfaat tambahan seperti asuransi kesehatan. Dengan demikian, mereka tidak hanya memandang kesejahteraan sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang untuk meningkatkan produktivitas dan kepuasan karyawan.

Dalam bisnis mikro UMKM seperti Pempek Cek Ayu, terdapat sejumlah permasalahan kesejahteraan karyawan yang mungkin muncul akibat keterbatasan sumber daya. Salah satu tantangan utama adalah penawaran manfaat karyawan yang terbatas, seperti asuransi atau tunjangan kesehatan, karena keterbatasan anggaran. Karyawan di bisnis mikro ini mungkin juga menghadapi ketidakpastian dalam jaminan pekerjaan jangka panjang karena kondisi ekonomi yang fluktuatif. Selain itu, adanya sumber daya manusia yang terbatas dapat menyebabkan beban kerja yang berlebihan bagi karyawan, berpotensi mempengaruhi keseimbangan kehidupan kerja dan pribadi. Meskipun Pempek Cek Ayu mungkin berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan, tantangan ini menunjukkan perlunya solusi kreatif dan dukungan eksternal untuk memastikan keseimbangan yang baik antara keberlanjutan bisnis dan kesejahteraan karyawan. Namun, dalam konteks bisnis mikro seperti Pempek Cek Ayu, tantangan mungkin muncul sehubungan dengan kapasitas dan sumber daya terbatas. Pengelolaan bisnis dengan skala yang kecil bisa membuatnya sulit untuk menyediakan semua manfaat yang diinginkan. Oleh karena itu, perlu adanya keseimbangan yang baik antara keberlanjutan bisnis dan kesejahteraan karyawan untuk mencapai hasil yang optimal. Pemanfaatan teknologi dan inovasi juga menjadi bagian penting dari strategi Pempek Cek Ayu dalam memperbaiki kesejahteraan karyawan. Penggunaan sistem manajemen internal dan pelatihan berbasis online dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan peluang pengembangan karir bagi karyawan. Selain itu, memanfaatkan teknologi komunikasi untuk memperkuat hubungan antara manajemen dan karyawan juga dapat menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif.

Keputusan untuk tidak membuka toko fisik pada tahap awal memberikan fleksibilitas kepada pemilik yang masih bekerja di kantor. Strategi ini memungkinkan mereka untuk merintis bisnis kuliner tanpa perlu terbebani

oleh operasional dan manajemen offline store. Meskipun penjualan offline terbatas pada pempek dan jajanan tertentu, bisnis ini tetap menghadirkan cita rasa unik dan menarik kepada pelanggan yang beruntung menemukannya. Pempek Cek Ayu memiliki rencana yang jelas untuk masa depan dengan fokus utama pada pengembangan penjualan pempek. Kepemilikan offline store akan menjadi langkah strategis untuk memperluas kehadiran dan meningkatkan aksesibilitas produk. Dengan meninggalkan pekerjaan kantor dan beralih sepenuhnya ke bisnis kuliner, pemilik dapat mengalokasikan sumber daya dan perhatian yang lebih besar untuk mengembangkan kualitas dan variasi produk pempek. Pemilik yang berkomitmen untuk berfokus pada penjualan pempek menggambarkan tekad untuk memperkuat posisi bisnisnya di pasar. Dengan memiliki toko fisik, Pempek Cek Ayu dapat memberikan pengalaman langsung kepada pelanggan, menciptakan hubungan yang lebih dekat, dan memperluas pangsa pasar. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk berinovasi lebih lanjut dalam menyajikan pempek yang khas dan berkualitas. Secara keseluruhan, Pempek Cek Ayu menunjukkan bahwa dalam dunia yang didominasi oleh teknologi digital, bisnis kuliner dapat sukses tanpa harus memiliki toko fisik. Namun, dengan rencana strategis untuk masa depan, termasuk kepemilikan offline store, Pempek Cek Ayu berkomitmen untuk terus berkembang dan memberikan pengalaman kuliner yang tak terlupakan kepada para pelanggan setianya.

Walaupun Pempek Cek Ayu saat ini menempatkan fokusnya pada penjualan online dan aktif berpartisipasi dalam event expo, perusahaan ini merencanakan ekspansi ke ranah fisik dengan membuka offline store di masa yang akan datang. Keputusan ini mencerminkan visi jangka panjang perusahaan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang holistik kepada pelanggan. Meski lingkup online memberikan akses global, keberadaan toko fisik memberi kesempatan bagi pelanggan lokal untuk menikmati produk dengan cara yang lebih langsung dan personal. Pempek Cek Ayu percaya bahwa dengan menggabungkan kedua saluran penjualan ini, mereka dapat mencapai keseimbangan optimal antara pemasaran modern dan tradisional. Hal ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas produk, tetapi juga membangun koneksi lebih erat dengan pelanggan di tingkat lokal. Dengan strategi ini, Pempek Cek Ayu berusaha menciptakan keberlanjutan dalam bisnisnya, menjawab kebutuhan beragam pelanggan dengan pendekatan yang komprehensif.

Menyadari bahwa untuk mencapai visi tersebut, fokus penuh terhadap produksi dan penjualan pempek diperlukan, pemilik Pempek Cek Ayu merencanakan langkah-langkah strategis untuk membangun fondasi yang kokoh. Salah satu aspek utama yang ingin diwujudkan adalah membentuk tim karyawan yang handal dan berkomitmen untuk mengelola operasional harian dengan tingkat profesionalisme yang tinggi. Pemilik Pempek Cek Ayu menyadari pentingnya memiliki tim yang tidak hanya kompeten tetapi juga memiliki sikap altruisme. Altruisme menjadi nilai utama yang ingin diintegrasikan dalam budaya bisnis, baik antara karyawan maupun dalam

hubungan dengan pemilik. Pemilihan kata 'altruisme' tidak hanya mencerminkan kebaikan hati dalam memberikan bantuan kepada sesama, tetapi juga menyoroti semangat bekerja sama dan kesetiakawanan dalam mencapai tujuan bersama. Di masa yang akan datang, Pempek Cek Ayu berharap dapat memberdayakan karyawan untuk berkontribusi maksimal dalam mengembangkan usaha ini. Mereka tidak hanya diharapkan menjadi eksekutor tugas-tugas operasional, tetapi juga menjadi mitra yang berdedikasi untuk mencapai visi besar Pempek Cek Ayu. Seiring waktu, pemilik berharap dapat melepaskan tanggung jawab operasional kepada karyawan yang memiliki visi yang sejalan dengan misi perusahaan.

Pentingnya memiliki karyawan yang menerapkan sikap altruisme tidak hanya terletak pada aspek bisnis, tetapi juga pada dinamika internal tim. Pemilik Pempek Cek Ayu percaya bahwa dengan membangun hubungan yang kuat antar karyawan berbasis pada saling percaya dan kerjasama, mereka dapat menghadapi tantangan bisnis dengan lebih efektif dan mencapai keberhasilan bersama. Pempek Cek Ayu juga merencanakan program pelatihan dan pengembangan untuk karyawan, tidak hanya untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola produksi dan penjualan, tetapi juga untuk mengasah nilai-nilai altruisme dalam berbisnis. Pelatihan ini akan mencakup pemahaman tentang pentingnya memberdayakan sesama, saling mendukung, dan bekerja menuju keberhasilan bersama. Dengan harapan dan mimpi yang besar, Pempek Cek Ayu tidak hanya berfokus pada aspek finansial dan pertumbuhan bisnis semata. Mereka memandang bisnis ini sebagai wadah untuk menciptakan pengaruh positif dalam komunitas dan menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan dan produktif. Melalui sikap altruisme yang terus-menerus diterapkan, Pempek Cek Ayu berharap dapat menjadi contoh bagi bisnis lainnya untuk menggabungkan keberhasilan finansial dengan nilai-nilai sosial yang kuat. Dengan semangat dan tekad yang sama, Pempek Cek Ayu bersiap untuk mengarungi masa depan yang penuh tantangan, dengan keyakinan bahwa melalui kolaborasi, komitmen, dan sikap altruisme, mereka akan mewujudkan impian mereka menjadi kenyataan.

Altruisme merupakan konsep perilaku sosial di mana individu secara sukarela memberikan bantuan atau menunjukkan kebaikan kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan atau keuntungan pribadi. Kata "altruisme" berasal dari bahasa Prancis, "autrui," yang berarti "orang lain." Konsep ini menyoroti kemampuan manusia untuk memperhatikan dan merespons kebutuhan orang lain, bahkan ketika itu mungkin melibatkan pengorbanan atau risiko bagi diri sendiri. Dalam konteks psikologi dan sosiologi, altruisme dianggap sebagai bentuk perilaku pro-sosial yang melibatkan kepedulian dan tindakan membantu terhadap orang lain. Altruisme tidak selalu terkait dengan kebaikan ekstrem atau tindakan heroik; seringkali, itu dapat terwujud dalam tindakan sehari-hari yang kecil, seperti membantu teman yang sedang kesulitan, memberikan dukungan emosional, atau menyumbangkan waktu atau sumber daya untuk kegiatan amal. Pentingnya altruisme dalam masyarakat adalah bahwa itu membantu membangun dan memperkuat ikatan sosial. Ketika individu saling membantu tanpa mengharapkan imbalan, tercipta

rasa saling percaya dan solidaritas dalam komunitas. Selain itu, perilaku altruistik juga dapat menginspirasi orang lain untuk melakukan kebaikan, menciptakan lingkungan yang positif dan penuh kasih.

Ada dua bentuk utama altruisme, yaitu altruisme kin dan altruisme berbasis nilai. Altruisme kin terjadi ketika individu membantu kerabat dekatnya, seperti keluarga atau teman akrab, karena adanya ikatan darah atau hubungan dekat. Sementara itu, altruisme berbasis nilai muncul ketika individu membantu orang lain karena adanya keyakinan moral atau nilai-nilai yang diyakini. Banyak teori telah diusulkan untuk menjelaskan asal-usul altruisme, termasuk teori evolusi yang mengemukakan bahwa perilaku altruistik dapat memberikan keuntungan evolusioner dengan meningkatkan kelangsungan hidup kelompok atau keturunan. Teori-teori lainnya mencoba menjelaskan altruisme melalui faktor-faktor psikologis, seperti empati dan rasa tanggung jawab sosial. Altruisme memiliki dampak positif tidak hanya pada penerima bantuan tetapi juga pada pemberi bantuan. Tindakan altruistik dapat meningkatkan kesejahteraan emosional dan kebahagiaan individu, menciptakan siklus positif di dalam masyarakat. Dalam sumbangan waktu, tenaga, atau sumber daya, altruisme memainkan peran penting dalam membentuk hubungan antarindividu dan membangun komunitas yang berdaya.

Kesejahteraan dari praktik altruisme membawa dampak positif yang signifikan pada individu dan masyarakat. Ketika seseorang melakukan tindakan altruistik, seperti memberikan bantuan tanpa mengharapkan imbalan, hal tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan emosional dan psikologis mereka. Memberikan dukungan atau membantu orang lain membawa perasaan kepuasan, kebahagiaan, dan kepuasan diri yang mendalam. Tidak hanya itu, praktik altruisme juga memiliki potensi untuk menciptakan ikatan sosial yang kuat dan memperkuat solidaritas dalam komunitas. Individu yang merasakan bahwa mereka dapat berkontribusi secara positif terhadap kehidupan orang lain cenderung merasa lebih terhubung dengan lingkungan sekitar mereka. Ini menciptakan atmosfer saling percaya dan dukungan, yang pada gilirannya, berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan bersama. Pentingnya kesejahteraan altruisme juga tercermin dalam keuntungan sosial yang lebih luas. Dengan praktik altruisme yang merajalela, masyarakat dapat menjadi lebih berempati, toleran, dan peduli terhadap kebutuhan orang lain. Hal ini membentuk dasar bagi pembangunan sosial yang berkelanjutan dan harmonis. Secara keseluruhan, kesejahteraan yang dihasilkan dari praktik altruisme tidak hanya bersifat individual tetapi juga bersifat kolektif. Saling membantu dan memberikan tanpa pamrih membentuk fondasi komunitas yang kokoh, memberikan kontribusi pada perbaikan kesejahteraan secara menyeluruh, dan menciptakan dunia yang lebih ramah dan peduli. Dengan demikian, altruisme bukan hanya tindakan baik untuk individu, tetapi juga merupakan kekuatan positif yang mampu membentuk masa depan yang lebih baik bagi masyarakat secara keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tak hanya itu pemerintah juga telah bekerja sama kepada pihak pengusaha komunitas APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) yang di bantu oleh mahasiswa dari berbagai kampus Merdeka telah mengadakan Program yang berjudul “UMKM TUMBUH” “MAHASISWA TANGGUH” dengan tujuan membentuk UMKM yang tadinya di pandang sebelah mata dengan cara mengubah sudut pandang Mahasiswa untuk tidak mencari kerja (karena mencari kerja di era yang modern ini lumayan sulit) yang bertujuan agar kedepan nya para Mahasiswa berbondong- bondong untuk menciptakan lapangan pekerjaan, memperbaiki perekonomian indonesia, serta membentuk mahasiswa agar memanfaatkan peluang usaha yang bisa berkembang dengan pesat jika mahasiswa mengikuti program ini.



Gambar 1. Pemilik UMKM bersama karyawan sedang melayani pembeli

Pempek Cek Ayu, sebagai bisnis mikro dalam skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), berpartisipasi aktif dalam event expo bersama karyawannya dengan penuh semangat dan elemen altruisme. Kegiatan ini mencerminkan komitmen Pempek Cek Ayu dalam mendukung komunitas dan menunjukkan dampak positifnya pada kesejahteraan karyawan. Dalam acara expo, Pempek Cek Ayu menghadirkan stan yang menonjolkan produk-produk unggulannya, memberikan kesempatan kepada karyawan untuk terlibat langsung dalam mempromosikan dan menjelaskan keunikan pempek mereka kepada pengunjung. Keterlibatan karyawan ini bukan hanya sebagai representasi merek tetapi juga sebagai bagian dari inisiatif pemberdayaan dan pelibatan komunitas lokal. Altruisme tercermin dalam keputusan Pempek Cek Ayu untuk memanfaatkan event expo ini sebagai peluang untuk memberdayakan karyawan dan memperkuat hubungan dengan komunitas. Karyawan tidak hanya terlibat dalam kegiatan pemasaran, tetapi juga didorong untuk berbagi cerita dan pengalaman pribadi mereka dengan pengunjung. Hal ini menciptakan ikatan emosional antara bisnis, karyawan, dan masyarakat.

Pendekatan ini bukan hanya memberikan kontribusi positif pada komunitas tetapi juga mengangkat citra positif bisnis mikro UMKM sebagai agen perubahan sosial yang peduli. Selain itu, kegiatan expo juga memberikan kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan keterampilan presentasi,

komunikasi, dan hubungan pelanggan. Ini sejalan dengan prinsip altruisme di mana pemberdayaan karyawan tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi tetapi juga pada pengembangan pribadi dan profesional mereka. Dampak positif dari kegiatan ini meluas ke lingkungan kerja internal. Karyawan yang terlibat dalam event ini merasakan pengakuan atas kontribusi mereka, meningkatkan rasa memiliki terhadap perusahaan. Ini dapat memotivasi karyawan untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan bisnis sehari-hari dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

Pempek Cek Ayu juga memanfaatkan event ini sebagai platform untuk mengkomunikasikan nilai-nilai altruisme dan keberlanjutan kepada para pelanggan. Melalui cerita-cerita dan inisiatif sosial, bisnis ini dapat membangun hubungan yang lebih dalam dengan konsumen yang mendukung praktek bisnis yang peduli terhadap masyarakat. Secara keseluruhan, kegiatan bisnis mikro UMKM Pempek Cek Ayu dalam event expo bersama karyawan tidak hanya sekadar mempromosikan produk, tetapi juga menghidupkan semangat altruisme dan pemberdayaan komunitas. Ini membuktikan bahwa bisnis mikro dapat menjadi kekuatan positif di komunitas lokal melalui keterlibatan aktif, keberlanjutan, dan kepedulian terhadap karyawan dan masyarakat di sekitarnya.

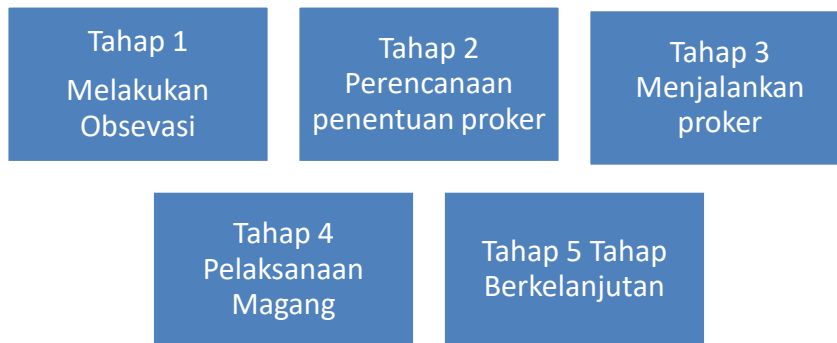
METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian yang kami lakukan ini bertepatan dengan “Altruisme dan Kesejahteraan Praktik Pempek Cek Ayu Dalam Bisnis Mikro UMKM”. Dalam pelaksanaannya pemilik UMKM memberikan penyuluhan dengan menjelaskan mengenai konsep altruisme dapat membuka wawasan yang bernilai bagi karyawan dan pemilik bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fokus utama penyuluhan adalah membantu para pemangku kepentingan, baik karyawan maupun pemilik bisnis, memahami dan menerapkan nilai-nilai altruisme dalam operasional sehari-hari. Bagi karyawan, penyuluhan ini dapat menyoroti pentingnya saling peduli dan bekerja sebagai tim untuk mencapai tujuan bersama. Altruisme di tempat kerja menciptakan lingkungan yang inklusif, di mana setiap individu merasa dihargai dan didukung. Karyawan yang memahami nilai altruisme dapat lebih mudah berkolaborasi, berbagi pengetahuan, dan memberikan dukungan satu sama lain, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan kerja dan kesejahteraan mereka.

Bagi pemilik bisnis mikro UMKM, penyuluhan ini dapat membahas bagaimana altruisme dapat menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan positif dengan karyawan dan masyarakat sekitar. Pemahaman bahwa bisnis bukan hanya tentang keuntungan ekonomi tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan sekitar dapat menginspirasi kebijakan bisnis yang lebih berkelanjutan. Penyuluhan dapat menggali konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dan bagaimana implementasinya dapat meningkatkan reputasi bisnis dan mendukung pertumbuhan jangka panjang. Altruisme juga dapat menjadi landasan bagi pemilik bisnis untuk membentuk kebijakan

kesejahteraan karyawan yang lebih baik. Penyuluhan dapat membahas manfaat memberikan fasilitas kesejahteraan, peluang pelatihan, dan kebijakan kerja yang fleksibel sebagai langkah konkrit dalam mendukung kesejahteraan karyawan. Hal ini tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang positif tetapi juga membantu membangun loyalitas karyawan.

Dalam penyuluhan ini, juga penting untuk menekankan bahwa praktek bisnis yang altruistik dapat menciptakan dampak positif pada reputasi bisnis dan hubungan dengan pelanggan. Keterlibatan dalam inisiatif sosial dan keberlanjutan dapat meningkatkan daya tarik bisnis, memperluas jaringan pelanggan, dan membangun kepercayaan masyarakat. Penyuluhan altruisme untuk bisnis mikro UMKM membuka kesempatan untuk merintis perubahan positif di tingkat mikro dan mendorong pemberdayaan masyarakat. Melalui pemahaman dan penerapan nilai-nilai altruisme, bisnis mikro dapat menjadi kekuatan positif di komunitas lokal, menciptakan keberlanjutan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan bersama.



Gambar 2. Tahap pelaksanaan UMKM

Tahap 1: Tahap melakukan observasi tahap awal yang kami dapatkan dari informasi dari UMKM yang telah ditentukan. Dalam tahap observasi ini tim kelompok memastikan kendala apa saja yang ada di UMKM Pempek Cek Ayu. Setelah berdiskusi dengan pemilik UMKM terkait kendala apa saja yang di hadapi, kemudian kami mencatat berbagai kendala tersebut sehingga kami bisa menentukan proker apa saja yang akan di laksanakan selama magang ini untuk mengatasi kendala tersebut. Setiap kendala yang di sampaikan kepada mahasiswa akan diberikan pemahaman dan solusi terbaik agar kendala yang di sampaikan bisa berkurang dibandingkan sebelumnya.

Tahap 2: Perencanaan penentuan proker , pada tahap ini kami mendiskusikan rencana untuk pelaksanaan pengabdian dan penentuan proker yang sesuai untuk menjadi solusi dari terjadinya obeservasi.



Gambar 3. Tahap Penentuan Proker

Tahap 3: Menjalankan proker , tahap ini tim mahasiswa mengadakan survey ke tempat UMKM dan meminta izin pemilik UMKM dan mengecek langsung tempat UMKM tersebut. Tempat pelaksanaan UMKM tersebut berada dirumah ibu Resa Kurniati yang bertempat di komplek pemda blok E2 no.11 Talang kelapa, Kec. Alang-alang lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30135. Peserta yang mengikuti kegiatan di UMKM pempek cek ayu ini beranggotakan 5 orang mahasiswa yang berasal dari berbagai universitas antaranya Universitas Bina Darma, Universitas Muhammadiyah Palembang, Universitas Tridinanti, Universitas Katolik Musi Charitas. Dengan adanya kolaborasi ini diharapkan dapat membina hubungan yang baik antar mahasiswa yang berasal dari berbagai universitas dan pelaku usaha UMKM.



Gambar 4. kedatangan tim terkait program UMKM untuk melakukan tindak lanjut permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa dan pemilik UMKM

Tahap 4: Pelaksanaan Magang, dalam tahap ini mahasiswa dituntut harus kompak, aktif, kreatif, inovatif serta juju (Nasrullah Bin Sapa, 2020) (Nasrullah Bin Sapa, 2020)r. Tujuan nya agar UMKM yang dibina oleh mahasiswa dan

tim terkait bisa berkembang lebih maju serta bisa menjadi contoh untuk UMKM yang akan dibina selanjutnya. Terlepas dari kegiatan ini selesai pun mahasiswa akan tetap mengontrol dan menghubungi UMKM.



Gambar 5. Diskusi terkait proker yang akan dilaksanakan

Tahap 5: Tahap berkelanjutan, merupakan tahap diskusi berkelanjutan antara tim terkait yakni, LLDIKTI, Ketua pelaksana, Mentor, Dosen Pembimbing Lapangan, Mahasiswa, dan Pemilik UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program magang ini di lakukan selama 4 bulan dari tanggal 25 September 2023 sampai 17 Januari 2024. Dari tahap awal match up antara Mahasiswa, Dosen Pembimbing Lapangan dan Pemilik UMKM hingga program magang ini selesai. Pengabdian magang mahasiswa di bisnis mikro Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Pempek Cek Ayu tidak hanya memberikan pengalaman praktis, tetapi juga menciptakan peluang untuk memupuk nilai altruisme dalam lingkungan bisnis. Hasil pengabdian magang ini membuktikan bahwa keterlibatan mahasiswa dapat menjadi pilar penting dalam memperkuat hubungan antara pendidikan tinggi, dunia bisnis, dan masyarakat lokal. Melalui magang ini, mahasiswa mendapatkan wawasan mendalam tentang operasional sehari-hari bisnis mikro. Mereka terlibat langsung dalam berbagai aspek, mulai dari produksi pempek, pemasaran, hingga manajemen sumber daya manusia. Altruisme muncul dalam keterlibatan mahasiswa, yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan keterampilan profesional tetapi juga pada kontribusi positif untuk komunitas. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk menyumbangkan ide-ide inovatif dan solusi kreatif yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas dampak positif Pempek Cek Ayu pada masyarakat lokal. Praktek ini menciptakan lingkungan kolaboratif di mana pemilik bisnis dan mahasiswa saling belajar dan tumbuh bersama. Altruisme tercermin dalam cara mahasiswa membantu Pempek Cek Ayu dalam kegiatan sosial dan keberlanjutan.

Hasil magang ini tidak hanya memberikan manfaat kepada mahasiswa, tetapi juga membawa dampak positif pada Pempek Cek Ayu. Adanya perspektif segar dari mahasiswa membuka ruang untuk inovasi dan pembaruan dalam menjawab tantangan bisnis mikro UMKM. Keterlibatan mahasiswa juga dapat membantu meningkatkan visibilitas dan pemahaman

masyarakat terhadap praktek bisnis mikro yang berkelanjutan. Pentingnya etika kerja dan tanggung jawab sosial ditanamkan dalam diri mahasiswa selama magang, menciptakan agen perubahan masa depan yang peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan bisnis mereka. Mahasiswa dapat membawa inspirasi dan semangat altruisme ini ke dalam karier mereka selanjutnya, membentuk pemimpin masa depan yang memegang teguh prinsip keberlanjutan. Pengabdian magang antara mahasiswa dan bisnis mikro UMKM juga menciptakan hubungan yang berkelanjutan. Pempek Cek Ayu dapat membangun jaringan dengan institusi pendidikan tinggi, mendapatkan akses ke bakat dan ide-ide segar, sementara mahasiswa mendapatkan pengalaman nyata yang memperkaya pemahaman mereka tentang bisnis dan tanggung jawab sosial. Secara keseluruhan, hasil pengabdian magang ini membuktikan bahwa keterlibatan mahasiswa di bisnis mikro UMKM seperti Pempek Cek Ayu dapat menjadi pendorong positif bagi pertumbuhan dan dampak sosial bisnis tersebut. Altruisme bukan hanya konsep tetapi diwujudkan dalam tindakan nyata melalui kolaborasi antara mahasiswa dan pemilik bisnis, menciptakan sinergi yang bermanfaat bagi semua pihak dan menginspirasi perubahan positif dalam dunia bisnis mikro.

Penentuan Program Kerja

Dalam pelaksanaannya kami memberikan informasi terkait rencana kerja yang akan kami laksanakan selama program magang ini berlangsung. Kami membagi program kerja kepada masing-masing tim sesuai dengan jurusan mahasiswa tersebut. Berikut adalah program kerja yang saya laksanakan selama magang di UMKM Pempek Cek Ayu:

- 1. Membuat konten untuk postingan di *feed* instagram yang lebih menarik dan lebih fresh**

Memperbaharui *feed* Instagram agar lebih menarik dari pada yang sebelumnya. Karena *feed* instagram Pempek Cek Ayu sebelumnya belum tertata dengan baik dan konten-konten yang di posting tidak memiliki tema yang sesuai, yaitu hanya sekedar memposting saja. Kemudian antara konten tersebut kapan di buat dan waktu konten tersebut di posting pun tidak sesuai. Maka dari itu penulis mencoba memperbaiki kendala tersebut sehingga konten yang di posting lebih *update* dan menarik untuk di lihat, karena jika *feed* instagram dibuat lebih menarik akan menimbulkan ketertarikan konsumen untuk singgah ke akun instagram pempek cek ayu.



Gambar 6. Feed instagram yang dibuat lebih baik dari sebelumnya

2. Mengupgrade desain kemasan produk

Mengupgrade desain kemasan produk yang lama menjadi kemasan yang baru agar lebih menarik agar memberikan kesan lebih fresh dari pada desain kemasan yang sebelumnya dan menambahkan berbagai informasi yang tidak ada di kemasan sebelumnya seperti, cara penyajian, komposisi, tanggal expired, dan logo.



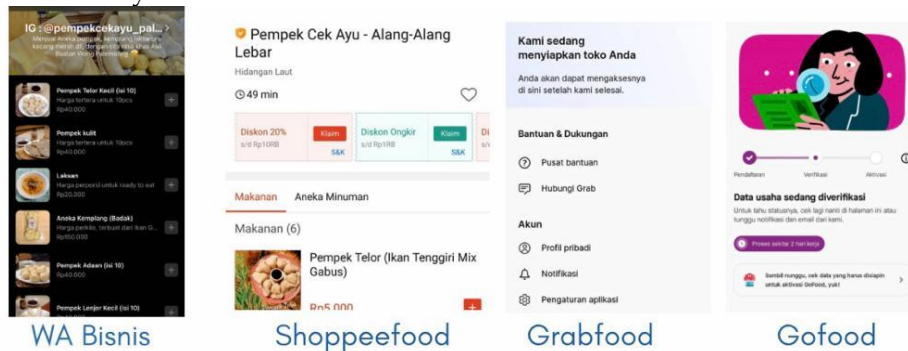
Gambar 7. Desain kemasan sebelum dan sesudah di upgrade

3. Menambahkan E-Commerce yang belum tersedia

Dengan menambahkan layanan melalui GrabFood dan GoFood, Pempek Cek Ayu memperluas jangkauan produknya hingga ke pengguna yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin tidak dapat mengunjungi fisik toko. Pemilihan platform ini juga sejalan dengan tren konsumen yang semakin mengandalkan layanan pengiriman makanan online. Keberadaan Pempek Cek Ayu di platform e-commerce membuka peluang baru untuk meningkatkan visibilitas merek dan mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Dengan menjadi bagian dari aplikasi layanan pengiriman terkemuka, Pempek Cek Ayu dapat

menjangkau pelanggan potensial yang mencari variasi kuliner dan khususnya, pempek, melalui kenyamanan pemesanan online. Langkah ini juga menciptakan kemungkinan untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk Pempek Cek Ayu kepada pelanggan yang berada di luar wilayah geografis fisik toko mereka. Dengan adopsi model bisnis e-commerce, Pempek Cek Ayu dapat menjadi lebih tanggap terhadap tren globalisasi dan membuka akses terhadap peluang pasar regional dan bahkan internasional. Namun, perubahan ini juga melibatkan penyesuaian dalam operasional dan strategi pemasaran. Pemilik bisnis dan karyawan perlu memahami dinamika penjualan online, manajemen inventaris, dan memberikan pelayanan pelanggan yang efisien melalui platform digital. Ini mungkin memerlukan pelatihan tambahan dan integrasi sistem teknologi untuk mengoptimalkan proses bisnis.

Keputusan untuk bergabung dengan GrabFood dan GoFood juga mencerminkan kepedulian Pempek Cek Ayu terhadap keberlanjutan bisnisnya. Dalam era di mana transformasi digital menjadi kunci keberhasilan bisnis, langkah ini membantu Pempek Cek Ayu untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital. Dengan mengeksplorasi potensi e-commerce, Pempek Cek Ayu juga mendukung inisiatif untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Layanan pengiriman ini memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang lebih suka memesan makanan dari rumah, memberikan fleksibilitas dan opsi yang lebih banyak dalam menikmati produk Pempek Cek Ayu.



Gambar 8. Penambahan akun e-commerce yang belum tersedia

4. Membantu persiapan pempek cek ayu untuk kegiatan event dan expo

Pempek Cek Ayu, sebagai pelopor kuliner dengan pempek berkualitas tinggi, selalu berupaya untuk tampil maksimal dalam setiap kegiatan expo. Dalam menghadapi acara seperti "Jelajah Sumatera Selatan" atau "Pempek Expo Sarinah," kami menjadi mitra yang setia dalam membantu persiapan guna memastikan kehadiran Pempek Cek Ayu sukses dan berkesan. Pertama-tama, kami terlibat dalam perencanaan strategis. Bersama tim Pempek Cek Ayu, kami menganalisis target audiens dan memahami tujuan partisipasi. Dari situ, kami bekerja sama untuk merancang pengalaman pameran yang menarik, mulai dari desain booth hingga penyajian produk. Kami memastikan bahwa setiap elemen

mencerminkan identitas Pempek Cek Ayu dan dapat menarik perhatian pengunjung. Dalam hal logistik, kami bertanggung jawab untuk mengelola semua aspek praktis, termasuk transportasi, akomodasi, dan perizinan. Ini membebaskan tim Pempek Cek Ayu untuk fokus pada pengembangan menu khusus atau promosi yang dapat menarik perhatian pengunjung acara tersebut.

Kami juga menjadi motor penggerak dalam upaya promosi. Dari penyusunan materi promosi hingga pemanfaatan media sosial dan pemasaran daring, kami memastikan bahwa kehadiran Pempek Cek Ayu dikenal luas sebelum dan selama expo. Kami berkoordinasi dengan media lokal dan membuat strategi pemasaran yang disesuaikan dengan tema acara, meningkatkan daya tarik booth Pempek Cek Ayu. Selain itu, kami memberikan pelatihan khusus kepada tim booth Pempek Cek Ayu. Mereka dilatih untuk berkomunikasi secara efektif, memberikan informasi yang relevan, dan menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Keterampilan dalam menjual dan mempromosikan produk menjadi fokus, sehingga setiap interaksi dengan pengunjung dapat menghasilkan dampak positif. Selama acara, kami memberikan dukungan operasional penuh. Tim kami siap mengatasi setiap kendala teknis atau logistik yang mungkin muncul. Kami memastikan bahwa booth Pempek Cek Ayu tetap dalam kondisi terbaik sepanjang waktu, menciptakan suasana yang mengundang dan memikat bagi para pengunjung. Dengan kolaborasi yang solid, kami dan Pempek Cek Ayu merayakan keberhasilan setiap partisipasi dalam kegiatan expo. Dukungan kami tidak hanya terbatas pada aspek operasional, melainkan melibatkan upaya bersama untuk membangun citra positif dan meningkatkan ketenaran Pempek Cek Ayu di berbagai event.



Gambar 9. Diskusi Bersama pemilik UMKM untuk persiapan event dan expo

Evaluasi dan Hambatan

Evaluasi kegiatan magang di UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran krusial dalam menilai dampak positif yang dihasilkan bagi kedua belah pihak, yaitu mahasiswa magang dan UMKM itu sendiri. Evaluasi melibatkan penilaian ketercapaian tujuan magang,

perkembangan keterampilan mahasiswa, dan dampak kontribusi mereka terhadap produktivitas UMKM. Namun, seiring dengan keberhasilan, ada pula hambatan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya UMKM, baik dalam hal waktu maupun tenaga untuk memberikan pembimbingan yang intensif. Selain itu, ketidaksesuaian antara kurikulum pendidikan formal dengan kebutuhan praktis UMKM dapat menjadi hambatan, memerlukan upaya integrasi yang lebih baik. Faktor komunikasi juga menjadi bagian penting dalam evaluasi. Kesalahpahaman atau kurangnya komunikasi antara mahasiswa magang dan pemilik UMKM dapat menghambat pemahaman tugas dan ekspektasi. Oleh karena itu, diperlukan peran pembimbing yang efektif untuk menjembatani kesenjangan ini. Meskipun demikian, dengan evaluasi yang cermat dan pemecahan masalah terhadap hambatan yang muncul, kegiatan magang di UMKM tetap menjadi alat yang efektif untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis dan memberikan kontribusi berarti bagi pertumbuhan UMKM lokal.

Hambatan dan Solusi

Hambatan dalam kegiatan magang di UMKM seringkali melibatkan sejumlah tantangan yang memerlukan solusi kreatif. Salah satu hambatan umum adalah kurangnya infrastruktur dan teknologi di UMKM, yang dapat membatasi mahasiswa dalam mendapatkan pengalaman praktis yang memadai. Solusinya bisa melibatkan pengenalan teknologi sederhana dan pelatihan bagi mahasiswa agar dapat beradaptasi dengan kondisi tersebut. Selain itu, kurangnya panduan atau bimbingan yang memadai dapat menjadi hambatan. UMKM mungkin tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk memberikan pengawasan intensif terhadap mahasiswa magang. Solusinya dapat melibatkan pembentukan sistem mentorship, di mana mahasiswa memiliki akses langsung ke seseorang yang dapat memberikan panduan dan dukungan.. Dengan kesadaran terhadap hambatan-hambatan ini dan adopsi solusi yang tepat, kegiatan magang di UMKM dapat menjadi lebih produktif dan memberikan manfaat seoptimal mungkin, menciptakan lingkungan yang baik bagi mahasiswa magang dan pertumbuhan UMKM.

SIMPULAN

Simpulan dari kegiatan Magang UMKM Merdeka Batch 2 adalah penuh prestasi dan pembelajaran berharga bagi para mahasiswa serta manfaat yang signifikan bagi UMKM yang terlibat. Melalui kesempatan ini, para mahasiswa magang tidak hanya memperoleh pemahaman praktis tentang dunia bisnis mikro, kecil, dan menengah tetapi juga meningkatkan keterampilan interpersonal dan profesional mereka. Salah satu aspek positif yang mencolok adalah kontribusi yang diberikan oleh mahasiswa magang terhadap perkembangan UMKM. Dari pembuatan strategi pemasaran, keuangan hingga penerapan teknologi informasi, mahasiswa magang membawa ide segar dan keahlian baru yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di era digital ini. Namun, beberapa hambatan juga muncul, seperti keterbatasan teknologi dan

sumber daya manusia di sebagian UMKM. Untuk mengatasinya, solusi yang diusulkan melibatkan pemberian pelatihan teknologi dasar dan implementasi program mentorship yang berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam mendukung mahasiswa magang.

Selain itu, kebutuhan akan integrasi yang lebih baik antara kurikulum pendidikan dan tuntutan praktis UMKM menjadi perhatian. Menjembatani kesenjangan ini memerlukan kolaborasi yang erat antara lembaga pendidikan dan UMKM, menghasilkan magang yang lebih terarah dan memberikan manfaat maksimal bagi kedua belah pihak. Dalam kegiatan ini, Magang UMKM Merdeka Batch 2 menjadi tonggak penting dalam membangun hubungan yang lebih kokoh antara dunia pendidikan dan industri mikro, kecil, dan menengah. Melalui evaluasi dan pemecahan masalah, kegiatan ini menunjukkan potensi besar untuk memberdayakan mahasiswa dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan bagi UMKM. Dengan melihat kesuksesan dan tantangan ini, langkah-langkah berkelanjutan dapat diambil untuk meningkatkan efektivitas program magang dan memastikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan UMKM di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kampus merdeka yang telah memberikan kesempatan dan bersedia memilih penulis untuk mengikuti program ini. Dari kegiatan magang UMKM Merdeka ini memberikan banyak sekali pembelajaran yang berharga dalam masa program magang, dan penulis mengucapkan terima kasih kepada LLDIKTI, Bapak Prof. Dr. Iskhaq Iskandar, M. Sc Selaku kepala LLDIKTI, Dosen Pendamping Lapangan Ibu Rina Oktaviana, S. Psi., M.M. Ibu Dr. Desy Misnawati S. Sos., M.I.Kom. Bapak Darius Antoni S. Kom., MM., Ph.D. Mentor kegiatan UMKM bapak Idham Cholid, S.E. Msi ,tim terkait dan Pemilik UMKM Pempek Cek Ayu Ibu Resa Kurniati S.P yang terus mendampingi, memberikan edukasi, pengalaman, ilmu dan nasehat selama program magang berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ashari, A., Caropeboka, R. M., Misnawati, D., & Bastian, B. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kesadaran Merek Kain Jumputan Gambo Musi Banyuasin. *Wardah*, 23(1), 66-84. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/12946>
- FARIS, A., Rina, O., & Desy, A. (2018). HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KERJA DENGAN DISIPLIN KERJA PADA KARYAWAN AFTERSALES AUTO2000 TANJUNG API API PALEMBANG (Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma). <https://repository.binadarma.ac.id/917/>
- Fatimah, S., & Uyun, Z. (2015). Hubungan antara Empati dengan Perilaku Altruisme pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah

Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://eprints.ums.ac.id/37798/>

Helmita, H., Misnawati, D., & Kusmindari, C. D. (2023). Pengembangan Usaha UMKM Kemplang Panggang UMMI Melalui Implementasi Komunikasi Pemasaran. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 5(01), 51-63. <https://ojs.bakrie.ac.id/index.php/IJSR/article/view/189>

Helmiyyah, S., Erlyani, N., & Mayangsari, M. D. (2020). Hubungan Rasa Syukur Dengan Altruisme Pada Masyarakat Yang Tinggal Di Wilayah Tambang Batubara Asam-Asam. *Jurnal Kognisia*, 2(2), 140-148. <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/kog/article/view/1680>

Misnawati, D. (2019). Kajian Simbolisme Kuliner Mpek Mpek dalam Interaksi Sosial Masyarakat Palembang. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 7(1), 8. <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol7/iss1/8/>

RADI, P., Rina, O., & Desy, A. (2018). HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI KERJA DENGAN DISIPLIN KERJA PADA KARYAWAN DIVISI AUDIT DI PT. CATUR SENTOSA ADILUHUR SUMATERA SELATAN (Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma). <https://repository.binadarma.ac.id/925/>

Setiawan, B. (2018). Edukasi e-commerce pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) di kota palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2). <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PGM/article/view/531>

Setiyana, C. D. M. R., & Maulidasari, C. D. (2020). Sosialisasi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darma Bhakti Teuku Umar*, 2(1), 63-73. https://www.researchgate.net/profile/Rusma-Setiyana/publication/345759923_Sosialisasi_Digital_Marketing_pada_Usaha_Mikro_Kecil_MenengahUMKM/links/5facde8d92851cf7dd13848b/Sosialisasi-Digital-Marketing-pada-Usaha-Mikro-Kecil-MenengahUMKM.pdf

Srirejeki, K. (2016). Aplikasi Media Sosial untuk Pemberdayaan USAha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Ekonomi Digital. *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(1), 233770.
<https://www.neliti.com/publications/233770/aplikasi-media-sosial-untuk-pemberdayaan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-di>