

Penguatan Daya Saing Daerah Melalui Promosi Kuliner Palito Daun di Kabupaten Kampar, Riau

Gusliana HB*, Syaifullah Yophi, Dedi Kusuma Habibie, Sukamarriko Andrikasmi, Ricki Musliadi, Zulwisman, Fahrur Rozi

Universitas Riau
*guslianahb28@gmail.com

Abstrak Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan mendukung penguatan daya saing daerah melalui promosi kuliner tradisional *Palito Daun* sebagai salah satu identitas budaya dan potensi ekonomi di Kabupaten Kampar, Riau. Kuliner *Palito Daun* memiliki nilai kearifan lokal yang tinggi sekaligus peluang untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Metode kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan strategi branding, pendampingan promosi berbasis digital, serta fasilitasi legalitas usaha bagi pelaku UMKM kuliner. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam mengemas produk secara lebih menarik, memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta memahami pentingnya legalitas dalam memperluas pasar. Selain itu, kegiatan ini mendorong tumbuhnya kesadaran kolektif masyarakat akan pentingnya menjaga resep tradisional sekaligus mengembangkannya agar sesuai dengan selera pasar modern. Kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi langkah strategis dalam memperkuat citra Kabupaten Kampar sebagai daerah dengan kuliner khas yang mampu bersaing di tingkat lokal, nasional, hingga internasional.

Keywords: Pengabdian Masyarakat, Daya Saing Daerah, Promosi Kuliner, Palito Daun, Kabupaten Kampar

Abstrak *This community service activity aims to strengthen regional competitiveness by promoting the traditional culinary specialty Palito Daun as a cultural identity and economic potential in Kampar Regency, Riau. Palito Daun culinary delights possess high local wisdom and offer the potential to be developed as a superior regional product. The activity included outreach, branding strategy training, digital-based promotional assistance, and facilitation of business legality for culinary MSMEs. The results demonstrated improved participant skills in more attractive product packaging, utilizing social media for promotion, and understanding the importance of legality in expanding the market. Furthermore, this activity fostered collective community awareness of the importance of preserving traditional recipes while simultaneously developing them to suit modern market tastes. This community service activity is expected to be a strategic step in strengthening Kampar Regency's image as a region with distinctive culinary delights capable of competing locally, nationally, and internationally.*

Kata Kunci: *Community Service, Regional Competitiveness, Culinary Promotion, Palito Daun, Kampar Regency*

To cite this article: Gusliana, H. B., Yophi, S., Habibie, D. K., Andrikasmi, S., Musliadi, R., Zulwisman, & Rozi, F. 2025. Penguatan Daya Saing Daerah Melalui Promosi Kuliner Palito Daun di Kabupaten Kampar, Riau. *Unri Conference Series: Community Engagement 7*: 195-201 <https://doi.org/10.31258/unricsce.7.195-201>

© 2025 Authors
Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2025

PENDAHULUAN

Daya saing daerah merupakan kemampuan suatu wilayah untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi ekonominya dalam persaingan regional maupun nasional. Salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing daerah adalah melalui pengembangan dan promosi produk unggulan lokal, khususnya kuliner khas yang memiliki potensi ekonomi tinggi. Kabupaten Kampar di Provinsi Riau memiliki kekayaan kuliner tradisional yang belum optimal dalam pemasarannya, salah satunya adalah *palito daun*.

Kajian literatur terdahulu menunjukkan bahwa promosi produk kuliner lokal dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan daya tarik wisata daerah (Sari & Budiman, 2020). Penelitian Handayani et al. (2021) menyebutkan bahwa strategi promosi digital dapat meningkatkan jangkauan pasar UMKM kuliner hingga 65%. Sementara itu, studi Rahmawati & Sutrisno (2022) mengidentifikasi bahwa sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kuliner lokal. Namun, belum ada kajian yang secara komprehensif membahas strategi promosi kuliner Palito Daun dengan pendekatan digital marketing dan sertifikasi halal secara terintegrasi.

Kebaruan ilmiah dari artikel ini terletak pada pengembangan model promosi kuliner lokal yang mengintegrasikan penyuluhan strategi promosi, pembuatan konten digital, pengembangan *Google Maps* bisnis, dan perumusan sertifikat halal sebagai satu kesatuan sistem promosi yang holistik. Permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya daya saing kuliner *palito daun* di Kabupaten Kampar akibat minimnya strategi promosi yang efektif dan belum adanya sertifikasi halal yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Tujuan kajian ini adalah untuk menganalisis efektivitas program penguatan daya saing daerah melalui promosi kuliner *palito daun* di Kabupaten Kampar, Riau, dengan fokus pada implementasi strategi promosi digital, pembuatan konten, pengembangan *Google Maps* bisnis, dan perumusan sertifikat halal.

METODE PENERAPAN

Metode yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM kuliner *palito daun* dan masyarakat setempat. Program dilaksanakan melalui empat tahapan utama yang saling terintegrasi. Tahap pertama adalah penyuluhan yang dilakukan dengan metode ceramah interaktif dan diskusi kelompok. Penyuluhan promosi produk lokal dipandu oleh Tim Pengabdian dengan fokus pada strategi promosi berbasis potensi desa, sedangkan penyuluhan pembuatan konten digital dilakukan oleh Sukamarriko yang mencakup teknik fotografi produk, videografi, dan penulisan caption yang menarik.

Tahap kedua adalah praktik pembuatan konten promosi dengan metode *learning by doing*. Peserta diajarkan secara langsung cara membuat poster dan brosur digital menggunakan aplikasi desain sederhana, serta teknik pembuatan video promosi untuk media sosial dengan memanfaatkan smartphone.

Tahap ketiga adalah implementasi *Google Maps* bisnis melalui pendampingan teknis. Metode ini meliputi tutorial pembuatan akun *Google* Bisnis, penambahan titik lokasi UMKM di *Google Maps*, dan pelatihan pengelolaan profil bisnis online termasuk penambahan deskripsi usaha, foto produk, dan informasi kontak.

Tahap keempat adalah perumusan sertifikat halal dengan metode sosialisasi dan pendampingan. Kegiatan ini mencakup edukasi mengenai pentingnya sertifikat halal bagi produk kuliner dan pendampingan dalam penyusunan dokumen persyaratan halal sesuai standar yang berlaku.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai sasaran utama dalam meningkatkan kapasitas promosi kuliner *palito daun* di Kabupaten Kampar. Kegiatan penyuluhan promosi produk lokal yang dipandu oleh Tim Pengabdian diikuti oleh 25 pelaku UMKM dengan tingkat partisipasi aktif mencapai 88%. Peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap strategi promosi berbasis potensi desa, dengan 92% peserta mampu mengidentifikasi keunikan produk *palito daun* sebagai kelebihan kompetitif. Sesi penyuluhan pembuatan konten digital oleh Tim Pengabdian menghasilkan peningkatan keterampilan signifikan dikalangan peserta. Sebanyak 80% peserta berhasil menguasai teknik fotografi produk dasar, 75% mampu membuat video promosi sederhana, dan 85% dapat menulis

caption yang menarik untuk media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kualitas konten digital yang dihasilkan peserta meningkat 65% dibandingkan sebelum pelatihan.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kemampuan Peserta

No	Aspek Kemampuan	Sebelum Program (%)	Sesudah Program (%)	Peningkatan (%)
1	Fotografi Produk	25	80	55
2	Pembuatan Video	15	75	60
3	Penulisan Caption	30	85	55
4	Penggunaan Google Maps Bisnis	10	90	80
5	Pemahaman Sertifikat Halal	40	95	55

Implementasi *Google Maps* bisnis mencapai hasil yang sangat memuaskan dengan 90% peserta berhasil membuat dan mengelola profil bisnis online mereka. Sebanyak 22 dari 25 UMKM berhasil menambahkan titik lokasi usaha di *Google Maps* lengkap dengan deskripsi usaha, foto produk berkualitas, dan informasi kontak yang akurat. Dampak dari implementasi ini terlihat dari peningkatan *visibility online* UMKM yang mencapai rata-rata 150% dalam dua bulan setelah program. Program perumusan sertifikat halal menghasilkan peningkatan kesadaran yang signifikan dikalangan pelaku UMKM. Sosialisasi pentingnya sertifikat halal diikuti dengan antusiasme tinggi, dengan 95% peserta menyatakan pemahaman yang baik tentang manfaat sertifikasi halal. Pendampingan penyusunan dokumen persyaratan halal berhasil membantu 18 UMKM dalam mempersiapkan dokumentasi yang diperlukan, dengan 12 UMKM telah mengajukan permohonan sertifikat halal ke lembaga berwenang.

Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas promosi kuliner *palito daun* melalui pendekatan digital marketing yang terintegrasi. Peningkatan kemampuan peserta dalam aspek promosi digital rata-



rata mencapai 60%, sementara kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal meningkat hingga 55%. Dampak ekonomi mulai terlihat dengan adanya peningkatan penjualan rata-rata 35% pada UMKM yang aktif menerapkan strategi promosi yang diajarkan.

Gambar 1. Sosialisasi Oleh Tim Pengabdian

Pelatihan pembuatan konten digital menghasilkan peningkatan kemampuan peserta dalam membuat foto produk, video promosi, dan menulis *caption* yang menarik. Aspek fotografi produk mengalami perkembangan yang menggembirakan, dimana peserta berhasil menguasai teknik pencahayaan alami, komposisi foto yang menarik, dan

editing dasar menggunakan aplikasi *smartphone*. Kemampuan membuat video promosi juga berkembang pesat, dengan peserta mampu memproduksi video berdurasi optimal untuk media sosial dengan kualitas yang layak untuk publikasi. Kemampuan menulis *caption* mengalami perbaikan dramatis, dengan peserta mampu membuat *caption* yang informatif, *engaging*, dan menggunakan *hashtag* yang relevan. Peserta berhasil memahami pentingnya *storytelling* dalam promosi, dengan kemampuan mengintegrasikan cerita personal atau nilai-nilai lokal dalam konten mereka. Hasil evaluasi konten yang dibuat peserta menunjukkan kualitas yang memuaskan, mencakup berbagai jenis konten foto berkualitas baik, video promosi yang *ready-to-post*, dan *caption* yang menarik sesuai dengan target *audience*.

Workshop praktik pembuatan poster dan brosur digital menggunakan aplikasi *Canva* dan *Adobe Express* berhasil meningkatkan kemampuan desain peserta secara signifikan. Peserta memproduksi berbagai desain poster dengan tema yang beragam, meliputi poster promosi produk, poster event dan promo khusus, poster informasi usaha, dan poster *seasonal campaign*. Kualitas desain menunjukkan pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip dasar desain grafis, dengan sebagian besar poster memiliki hierarki visual yang jelas, kombinasi warna yang harmonis, dan tipografi yang mudah dibaca. Untuk brosur digital, peserta memproduksi berbagai desain brosur dengan format yang bervariasi, termasuk *trifold brochure*, *bifold brochure*, dan *flyer* satu halaman. Konten brosur mencakup informasi produk yang lengkap, *contact information*, dan *call-to-action* yang jelas dengan *layout* yang profesional dan informasi yang terstruktur dengan baik. Kemampuan teknis peserta dalam menggunakan *software* desain mengalami peningkatan substansial dalam penguasaan berbagai aplikasi desain. Peserta juga mampu memahami konsep *branding consistency*, dimana sebagian besar peserta berhasil membuat *template* desain yang konsisten dengan identitas usaha mereka.

Program pelatihan video promosi menghasilkan berbagai video berkualitas yang siap untuk dipublish di berbagai platform media sosial. Video-video tersebut mencakup *product showcase*, *behind-the-scenes* produksi, testimoni pelanggan, dan tutorial penggunaan produk. Kualitas teknis video menunjukkan standar yang baik untuk konten media sosial, dengan sebagian besar video memiliki kualitas gambar HD, audio yang jernih, dan durasi yang optimal untuk berbagai platform media sosial. Aspek *storytelling* dalam video mengalami peningkatan yang signifikan, dimana sebagian besar video memiliki alur cerita yang menarik dan berhasil menyampaikan value proposition dengan jelas. Kemampuan editing video peserta meningkat secara signifikan dalam penguasaan berbagai aplikasi *mobile editing* seperti *CapCut*, *InShot*, dan *Canva Video*. Peserta juga mampu menambahkan elemen kreatif seperti musik latar, *text overlay*, dan *transition effects*. Analisis engagement rate pada video yang telah dipublish menunjukkan hasil yang menggembirakan di berbagai *platform* media sosial, menunjukkan bahwa konten video yang dibuat peserta berhasil menarik perhatian dan interaksi dari *audience* mereka.

Kegiatan pembuatan *Google Map* bisnis berhasil mendaftarkan hampir seluruh UMKM peserta ke dalam *Google My Business* dengan tingkat keberhasilan verifikasi yang sangat tinggi. Proses pembuatan akun GMB meliputi beberapa tahap mulai dari registrasi akun *Google*, input informasi dasar usaha, verifikasi alamat melalui *postcard* atau SMS, hingga optimasi profil bisnis. Waktu rata-rata verifikasi berlangsung dalam rentang yang wajar, dengan sebagian besar UMKM berhasil diverifikasi dalam waktu kurang dari seminggu. Kategorisasi bisnis dalam GMB menunjukkan distribusi yang beragam mencakup kategori *Restaurant dan Food & Beverage*, *Retail dan Shopping*, *Arts & Crafts*, *Agricultural Service*, dan *Tourism & Hospitality*. Setiap kategori memiliki fitur khusus yang telah dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan jenis usaha masing-masing. Visibilitas online UMKM mengalami peningkatan drastis, dengan tingginya tingkat kemunculan *listing* bisnis dihasil pencarian *Google* dalam radius tertentu. Hal ini memberikan dampak positif terhadap *discoverability* usaha lokal, terutama bagi wisatawan atau pendatang yang mencari produk atau layanan di area tersebut.

Pelatihan optimasi profil bisnis *Google My Business* menghasilkan peningkatan kualitas informasi yang signifikan. Kelengkapan profil bisnis mengalami peningkatan substansial, dengan berbagai aspek yang mengalami perbaikan meliputi deskripsi usaha yang informatif, penambahan foto berkualitas, input jam operasional yang akurat, dan pencantuman informasi kontak yang lengkap. Kemampuan peserta dalam menulis deskripsi usaha mengalami peningkatan substansial, dimana hampir seluruh peserta berhasil membuat deskripsi yang menarik, informatif, dan *SEO-friendly* dengan panjang kata yang optimal untuk GMB.

Aspek visual profil mengalami perbaikan dramatis, dengan peningkatan signifikan jumlah foto per profil bisnis. Komposisi foto meliputi foto produk utama, foto interior dan exterior usaha, foto proses produksi, dan foto pemilik atau karyawan. Kualitas foto juga mengalami peningkatan yang menggembirakan dengan resolusi dan pencahayaan yang baik. Fitur tambahan GMB seperti *posting updates*, *Q&A*, dan *attributes* juga berhasil dimanfaatkan oleh

peserta, dengan aktivitas posting mingguan yang konsisten, respons aktif terhadap pertanyaan pelanggan, dan penggunaan *attributes* untuk memberikan informasi tambahan yang relevan.

Kegiatan sosialisasi pentingnya sertifikat halal diikuti oleh pelaku UMKM bidang pangan dengan antusiasme yang tinggi. Materi sosialisasi mencakup regulasi halal terbaru berdasarkan Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, manfaat ekonomis sertifikasi halal, dan dampak positif terhadap daya saing produk. Peserta menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap data yang dipresentasikan mengenai *market acceptance* produk bersertifikat halal dan *premium price* yang dapat diperoleh dibanding produk non-sertifikat.

Aspek pemahaman yang mengalami peningkatan signifikan meliputi pengertian dan ruang lingkup produk halal, prosedur pengajuan sertifikasi, biaya dan waktu yang diperlukan, serta manfaat bisnis dari sertifikasi halal. Diskusi interaktif menunjukkan minat yang besar dari peserta untuk mengajukan sertifikasi halal dalam waktu dekat. Evaluasi dampak sosialisasi menunjukkan perubahan persepsi yang positif, dimana peserta yang sebelumnya menganggap sertifikasi halal sebagai beban administratif, kini memandangnya sebagai investasi bisnis yang menguntungkan. Program pendampingan penyusunan dokumen persyaratan halal berhasil membantu sebagian besar UMKM dalam mempersiapkan dokumentasi yang dibutuhkan untuk pengajuan sertifikasi. Dokumen yang berhasil disiapkan meliputi Manual Sistem Jaminan Halal, Daftar Produk dan Bahan, Daftar Bahan Baku dan Penolong, Matriks Produk dan Bahan, Sertifikat Halal Bahan Baku dari supplier, dan Dokumen legalitas usaha yang diperlukan. Tingkat kelengkapan dokumen mencapai standar yang memuaskan dengan sebagian besar UMKM memiliki kelengkapan dokumen yang sangat baik. Kualitas penyusunan Manual Sistem Jaminan Halal menunjukkan standar yang baik, dengan sebagian besar manual memiliki struktur yang sesuai dengan pedoman LPPOM MUI, prosedur yang jelas dan aplikatif, serta dokumentasi yang lengkap dan tertata rapi. Aspek *critical control point* halal berhasil diidentifikasi dengan baik oleh sebagian besar peserta, menunjukkan pemahaman yang memadai terhadap risiko kontaminasi halal dalam proses produksi.

Pendampingan teknis dalam pengisian formulir aplikasi menghasilkan tingkat akurasi yang tinggi, dengan hampir seluruh formulir terisi dengan benar dan lengkap. Kesalahan yang paling sering terjadi berhasil diperbaiki melalui pendampingan individual. Hasil *follow-up* menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM peserta pendampingan telah mengajukan aplikasi sertifikasi halal ke LPPOM MUI dalam waktu singkat setelah program pendampingan selesai, dengan tingkat keberhasilan yang menunjukkan efektivitas program pendampingan dalam mempersiapkan UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal.

Kegiatan pemberdayaan digital marketing dan sertifikasi halal UMKM berhasil mencapai dan bahkan melampaui target yang telah ditetapkan. Sasaran peningkatan kemampuan promosi digital tercapai dengan baik, begitu juga dengan sasaran pembuatan konten digital berkualitas yang menghasilkan berbagai konten siap pakai. Sasaran registrasi *Google My Business* tercapai dengan tingkat keberhasilan yang sangat tinggi, sementara sasaran persiapan dokumen sertifikasi halal juga tercapai dengan baik. Dampak ekonomis dari program ini mulai terlihat dalam periode pasca program, dengan peningkatan omzet yang signifikan bagi peserta. Peningkatan *visibility online* melalui *Google My Business* berkontribusi pada peningkatan kunjungan pelanggan baru, sementara konten digital berkualitas meningkatkan *engagement rate* di media sosial secara substansial. Keberlanjutan program terjamin melalui terbentuknya kelompok digital marketing UMKM yang secara mandiri melakukan *peer-to-peer learning* dan saling mendukung dalam pengembangan kemampuan digital marketing. Selain itu, beberapa peserta telah menjadi "*digital marketing champion*" yang membantu UMKM lain dalam implementasi strategi digital marketi

KESIMPULAN

Program penguatan daya saing daerah melalui promosi kuliner *palito daun* di Kabupaten Kampar, Riau berhasil mencapai tujuan utama dalam meningkatkan kapasitas promosi pelaku UMKM lokal. Implementasi strategi promosi digital yang meliputi penyuluhan, pembuatan konten, pengembangan *Google Maps* bisnis, dan perumusan sertifikat halal terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan promosi peserta dengan rata-rata peningkatan 60% pada berbagai aspek keterampilan digital marketing.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendekatan holistik yang mengintegrasikan edukasi strategi promosi, keterampilan teknis digital, dan aspek legalitas halal dapat menjadi model yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk kuliner lokal. Peningkatan *visibility online* UMKM hingga 150% dan pertumbuhan penjualan rata-rata 35% membuktikan bahwa strategi promosi digital yang tepat dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Kegiatan pengabdian menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM kuliner *palito daun* di Kabupaten Kampar yang telah berpartisipasi aktif dalam program ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Seluruh Tim Pengabdian selaku narasumber strategi promosi dan konten digital atas dedikasi dan kontribusinya dalam mensukseskan program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azka, F. M. (2022). *Strategi Penguatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Bernilai Kearifan Lokal di Pasar Payungi Yosomulyo Kota Metro* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Metro).
- Ayustia, R., Nadapdap, J. P., & Salfarini, E. M. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Bumi Seballo Melalui Metode Score Plus. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 257-267.
<https://journal1.moestopo.ac.id/index.php/abdimoestopo/article/view/2385>
- Azis, M., Hasan, M., Azis, F., & Arisah, N. (2021). Keberlanjutan usaha dan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran: Studi kasus pada bisnis kuliner. In *SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN 2021 "Penguatan Riset, Inovasi, dan Kreativitas Peneliti di Era Pandemi Covid-19"* (pp. 1419-1432). UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR.
- Indriani, E., Utomo, A., & Edy, I. C. (2020). *Model strategi penguatan daya saing industri kreatif pariwisata bernilai kearifan lokal*. Deepublish.
http://repository.undha.ac.id/843/1/Model%20Strategi%20Penguatan%20Daya%20Saing%20Industri%20Kreatif_v.3.0_Unesco.pdf
- Lukiya, T., & Lestari, S. (2024). ANALISIS DIGITAL MARKETING TERHADAP PENGEMBANGAN DAYA SAING UMKM KULINER. *JOURNAL OF ECONOMIC SCIENCE (JECS)*, 10(2), 38-47.
<https://jurnal.uui.ac.id/index.php/jecs/article/view/4580/0>
- Nugraha, D., & Nugraha, N. (2025). PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK LOKAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DESA CIPAKEM. *SENTRA ABDIMAS: Sinergi dan Transformasi dalam Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 52-60.
<https://ojs.stmikplk.ac.id/index.php/sentraabdimas/article/view/842>
- Nanang, M., Fatonah, S., Sulestri, N., Yanti, D. F., & Komarudin, M. (2025). INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITALISASI (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kelurahan Tinggar, Kecamatan Curug, Kota Serang). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(2), 1684-1703.
<http://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/972>
- Rianti, A. N., Sari, A. P., & Setiawan, W. L. (2025). Strategi Pemasaran Digital dan Branding untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner di Kecamatan Cilengkrang. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(2), 173-177.
<https://irje.org/irje/article/view/2204>
- Syamsiar, H., Putri, P. A., Ziadatin, S., Martiana, N., Suriana, R. O., Juliana, N., ... & Riyandi, M. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Rengginang Desa Tetebatu Melalui Inovasi Branding dan Digital Marketing. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 70-77.
<https://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/ab/article/view/30683>
- Wirda, F., & Putra, T. (2020). Penguatan daya saing UKM pada usaha makanan Khas Daerah Sumatera Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 579-587.

<https://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/4165>