

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MARKETING 5.0, SERVQUAL, DAN INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN DAYA SAING UMKM KULINER: STUDI PADA RESTORAN AYAM PENYET JAKARTA CABANG RINGROAD MEDAN

Syamsul Bahri Surbakti ^{1*}, Sukarsih ², Sitiroma Harahap ³, Saidan Sany Lubis ⁴, Doly Andri Fatwa ⁵, Roswani Siregar ⁶

^{1.3.4.5.6} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Al-Azhar Medan

*Korespondensi: zidanesurbakti2025@gmail.com

ABSTRAK. Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku usaha kuliner untuk beradaptasi melalui strategi pemasaran yang lebih modern. Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan menghadapi tantangan berupa penurunan omset, keterbatasan pemanfaatan media sosial, serta ketidakkonsistenan pelayanan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pemasaran digital, kualitas layanan, dan inovasi produk melalui serangkaian kegiatan survei, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelaksanaan program meliputi pelatihan pemasaran digital berbasis konsep Marketing 5.0, peningkatan pelayanan menggunakan pendekatan SERVQUAL, serta pengembangan inovasi menu yang sesuai dengan preferensi konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterlibatan media sosial, perbaikan pelayanan pelanggan, dan munculnya produk baru yang diminati, sehingga berdampak pada kenaikan omset hingga ±50%. Program ini membuktikan bahwa penerapan pemasaran digital dan inovasi layanan secara terintegrasi mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah persaingan usaha yang dinamis.

Kata kunci: Pemasaran digital, UMKM kuliner, Layanan pelanggan

ABSTRACT. The rapid development of digital technology has encouraged culinary businesses to adopt modern marketing strategies. Ayam Penyet Jakarta (APJ) Ringroad Medan Branch has been facing challenges such as declining revenue, limited use of social media, and inconsistent service quality. This community engagement program aims to strengthen digital marketing capabilities, improve service quality, and enhance product innovation through surveys, training sessions, mentoring, and evaluation. The program includes training on digital marketing based on the Marketing 5.0 framework, service improvement using the SERVQUAL approach, and product innovation aligned with consumer preferences. The results indicate a significant increase in social media engagement, improved customer service performance, and the introduction of new menu items, contributing to revenue growth of approximately 50%. This program demonstrates that integrated implementation of digital marketing and service innovation can effectively enhance the competitiveness of culinary MSMEs in a highly competitive business environment

Keywords: Digital marketing, Culinary MSMEs, Customer service

Terima 29 Desember 2025 Terima dan di revisi 30 Desember 2025 Disetujui 25 Januari 2026

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran adalah proses perencanaan terarah untuk mencapai target pasar melalui bauran pemasaran (product, price, place, promotion 4P). Pada era digital, promosi menjadi sangat bergantung pada media sosial (Suleman & Thalib, 2024). Proses pemasaran merupakan serangkaian langkah atau tahapan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan, serta memperoleh keuntungan dalam pertukaran (Surbakti, Dewi, et al., 2024).

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara masyarakat mencari informasi dan membuat keputusan, termasuk dalam memilih tempat makan (Nurjannah & Muslihat, 2024; Siregar et al., 2023; Teklu et al., 2023). Konsumen kini lebih mengandalkan media sosial, ulasan online, dan promosi digital sehingga pelaku usaha kuliner perlu lebih adaptif dalam membangun kehadiran digital. Tren ini membuat strategi pemasaran digital bukan lagi sekadar pilihan, tetapi kebutuhan penting bagi UMKM yang ingin bertahan dalam persaingan (Pasaribu et al., 2024). UMKM juga



memerlukan digitalisasi agar mampu bersaing, meningkatkan visibilitas, dan memperluas pasar (Siregar, Nasution, et al., 2024). Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital, termasuk Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Restoran ini menghadapi penurunan omset serta keterbatasan dalam promosi online karena masih mengandalkan cara pemasaran tradisional. Padahal menurut konsep **Marketing 5.0** (Su et al., 2023), teknologi digital dapat membantu bisnis memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan (Surbakti et al., 2023) yang menyimpulkan bahwa Media online banyak memberikan manfaat tidak hanya dalam memasarkan produk UMKM, tapi juga dapat memperluas jaringan (*networking*) dalam kegiatan lainnya (Kountios et al., 2023; Suyarti, 2022).

Selain pemasaran digital, kualitas layanan juga berperan besar dalam membentuk pengalaman pelanggan. Model **SERVQUAL** menegaskan bahwa pelayanan yang baik harus memenuhi unsur keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Beberapa keluhan pelanggan terkait kecepatan pelayanan dan konsistensi rasa menunjukkan bahwa APJ perlu melakukan perbaikan di area ini. Di sisi lain, inovasi produk juga menjadi strategi penting bagi restoran. Penelitian (Rahmiati & Temesveri, 2020; Sembiring & Sembiring, 2021) menunjukkan bahwa variasi menu baru dapat meningkatkan minat beli dan menarik segmen konsumen yang lebih luas (Wahyuhening Fibriany et al., 2023).

Temuan ini selaras dengan studi lain yang menyebutkan bahwa pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner (Rayyani et al., 2020), kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan (Samara & Metta, 2023), dan inovasi produk merupakan faktor utama dalam mempertahankan daya saing usaha kecil. Dengan demikian, penguatan strategi pemasaran digital, pelayanan, dan inovasi menjadi langkah yang sangat relevan bagi APJ untuk meningkatkan daya saingnya (Jadhav et al., 2024; Mapanje et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pendampingan kepada APJ dalam mengoptimalkan pemasaran digital,

meningkatkan kualitas pelayanan, serta mengembangkan inovasi menu yang sesuai dengan preferensi pelanggan (Hardjosubroto et al., 2021; Jaliyagoda et al., 2023). Program ini diharapkan dapat membantu APJ mencapai peningkatan pendapatan sekaligus memperkuat keberlanjutan usahanya di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat (Izwar et al., 2024; Lamperti et al., 2024).



Gambar 1: Ayam Penyet Jakarta (APJ) cabang Ringroad Medan

METODE

1. Metode Pendekatan

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan kunjungan tim ke Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan untuk melakukan koordinasi dengan manajer dan karyawan sebagai mitra utama. Pada tahap awal ini, tim memperoleh informasi mengenai kebutuhan, kondisi usaha, serta permasalahan yang dihadapi mitra sebagai dasar penyusunan program (Siregar et al., 2022, 2025). Metode pendekatan yang digunakan meliputi:

a. Survei Lapangan

Survei dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi nyata yang dihadapi mitra, termasuk karakteristik usaha, strategi pemasaran yang telah digunakan, serta hambatan yang muncul dalam pemasaran digital. Informasi ini menjadi dasar dalam merancang solusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. (Surbakti, Daulay, et al., 2024)

b. Wawancara dan Diskusi

Tim melakukan wawancara langsung dengan manajer dan karyawan guna memperoleh data tambahan terkait operasional, layanan, dan aktivitas pemasaran restoran (Siregar, Mawardi, et al., 2024; Siregar, Siregar, et al., 2024). Diskusi dilakukan untuk menggali persepsi mitra terhadap penggunaan media sosial serta kebutuhan dalam mengembangkan strategi pemasaran digital. (Muhajir et al., 2025)



2. Prosedur Kerja

Pelaksanaan kegiatan dirancang melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. **Perizinan dan Koordinasi**
Tim terlebih dahulu melakukan pendekatan dan koordinasi dengan pihak manajemen APJ untuk memperoleh izin pelaksanaan kegiatan.
- b. **Survei dan Identifikasi Masalah**
Setelah izin diperoleh, tim melakukan survey lapangan untuk mengamati permasalahan, memetakan kebutuhan, dan merancang alternatif solusi terkait pemasaran digital.
- c. **Sosialisasi**
Tahap ini dilakukan untuk memberikan pemahaman dasar kepada mitra mengenai pentingnya pemasaran digital, tren konsumsi digital, serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh restoran.
- d. **Pelatihan dan Pendampingan**
Pada tahap ini, tim memberikan pelatihan mengenai:
 - pembuatan konten promosi di media sosial,
 - teknik dasar fotografi dan videografi sederhana untuk pemasaran,
 - strategi meningkatkan pelayanan kepada pelanggan,
 - pembuatan dan pengelolaan akun media sosial usaha.
- e. **Evaluasi Akhir**
Tim melakukan evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman mitra terkait pemasaran digital dan kemampuan mereka dalam menerapkannya.

3. Rencana Kegiatan

Rencana pelaksanaan kegiatan dirumuskan sebagai berikut:

a. Survei

Tim mengumpulkan data mengenai permasalahan dan kebutuhan APJ Ringroad Medan sebagai dasar penentuan materi pelatihan dan pendampingan.

b. Sosialisasi dan Pelatihan

Tim memberikan sosialisasi serta pelatihan terkait pemasaran digital dan peningkatan pelayanan. Materi disampaikan kepada manajer dan karyawan restoran melalui presentasi, simulasi, dan praktik langsung pembuatan konten promosi.

c. Evaluasi Hasil

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra dan sejauh mana strategi

digital marketing dapat mulai diimplementasikan. Evaluasi juga berfungsi untuk menilai kesiapan mitra dalam menerapkan media sosial sebagai sarana promosi.

4. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini meliputi:

- a. **Penyediaan Informasi dan Data**
Mitra memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam observasi lapangan, termasuk permasalahan usaha dan kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan.
- b. **Fasilitasi Pelaksanaan Kegiatan**
Pihak restoran memberikan izin dan menyediakan lokasi kegiatan untuk pelaksanaan sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan teknis.

5. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi kegiatan PKM dilakukan untuk:

- a. Mengetahui sejauh mana strategi pemasaran modern—termasuk pemanfaatan media sosial, kemudahan transaksi digital, dan promosi online—berpengaruh terhadap peningkatan potensi penjualan restoran.
- b. Menilai tingkat pemahaman mitra mengenai penggunaan media sosial dan kesiapan mereka dalam menerapkannya sebagai bagian dari strategi pemasaran usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan merupakan usaha kuliner yang dikenal karena cita rasa ayam penyet yang autentik, penggunaan bahan-bahan segar, dan komitmen menjaga kualitas pelayanan. Sejak berdiri, APJ telah mengalami perkembangan yang cukup baik, didukung oleh tingginya minat masyarakat Medan terhadap kuliner khas nusantara. Namun, meningkatnya jumlah restoran serupa di wilayah Ringroad Medan telah menimbulkan persaingan yang ketat sehingga memengaruhi stabilitas pendapatan. Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian, kondisi eksisting APJ dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Reputasi dan Pengakuan Merek

APJ cukup dikenal oleh pelanggan setia, namun masih perlu memperkuat posisi brand di tengah kompetisi kuliner yang semakin dinamis.

b. Penurunan Omset



Dalam beberapa bulan terakhir, restoran mengalami penurunan penjualan yang signifikan akibat meningkatnya persaingan dan perubahan perilaku konsumen yang lebih banyak mengandalkan media sosial untuk mencari rekomendasi kuliner.

c. Demografi Pelanggan

Mayoritas pelanggan adalah keluarga, mahasiswa, dan pekerja. Namun, segmentasi pasar generasi muda—yang aktif di media sosial—belum optimal tersentuh.

d. Pelayanan dan Kualitas Layanan

Meskipun pelayanan cukup baik, terdapat keluhan mengenai waktu tunggu dan inkonsistensi pelayanan pada jam sibuk.

e. Strategi Pemasaran yang Terbatas

Pemasaran lebih mengandalkan metode tradisional dan minim penggunaan platform digital sehingga jangkauan pasarnya kurang luas.

f. Fasilitas dan Suasana Restoran

Fasilitas sudah memadai, namun perlu peningkatan untuk menciptakan suasana lebih nyaman dan menarik.



Gambar 2: Suasana restoran APJ



Gambar 3: Foto bersama



Gambar 4: Foto bersama Manjer dan karyawan APJ

Kegiatan PKM dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu survei lapangan, wawancara, sosialisasi, pelatihan digital marketing, praktik pembuatan konten, serta pendampingan dalam meningkatkan pelayanan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya pemasaran digital dan pelayanan berkualitas dalam meningkatkan omset usaha

2. PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan lapangan, tim menyusun peta permasalahan dan strategi pengembangan yang disesuaikan dengan kebutuhan Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Pembahasan ini diperkuat dengan penggunaan teori pemasaran dan layanan yang relevan.

A. Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra

Identifikasi permasalahan dilakukan melalui survei, wawancara, dan observasi. Data menunjukkan penurunan omset, penggunaan media sosial yang belum optimal, inkonsistensi pelayanan, serta kurangnya inovasi menu pendukung. Temuan-temuan ini menjadi dasar strategi intervensi yang dilakukan.

B. Langkah - Langkah Strategis Pengembangan Restoran APJ (dengan Teori Pendukung)

1. Pemanfaatan Digital Marketing (Teori Marketing 5.0)

menyatakan bahwa **Marketing 5.0** menekankan penggunaan teknologi digital, konten visual, dan media sosial untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperluas jangkauan promosi. Dalam konteks APJ, teori ini terlihat pada:

- Optimalisasi Instagram, Facebook, dan TikTok
- Pelatihan pengambilan foto/video menu

• Kewajiban karyawan membuat dan membagikan konten setiap hari
Setelah teori ini diterapkan dalam pelatihan, APJ mulai mendapatkan peningkatan visibilitas online, yang berdampak langsung pada kenaikan jumlah konsumen dan penjualan.

2. Peningkatan Pelayanan Pelanggan (Teori SERVQUAL)

Model **SERVQUAL** menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi layanan: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Penerapannya pada APJ tampak melalui:

- Pelatihan pelayanan pelanggan untuk meningkatkan kecepatan dan keramahan
- Evaluasi SOP pelayanan pada jam sibuk
- Peningkatan konsistensi rasa dan penyajian

Setelah penerapan teori ini, pelanggan memberikan umpan balik positif terutama terkait peningkatan keramahan staf dan kecepatan pelayanan.

3. Inovasi Menu (Teori *Product Innovation*)

Teori inovasi produk menekankan bahwa penambahan menu baru atau pengembangan variasi produk dapat meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas segmen pasar.

Contohnya pada APJ:

- Pengembangan menu snack *Risol*
- Hasilnya: terjual **20 porsi per hari selama Ramadhan**
- Menu ini menarik pelanggan baru, termasuk pelanggan muda

Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan penjualan.

C. Rancangan Evaluasi Hasil

Evaluasi kegiatan dilakukan berdasarkan tiga aspek utama:

1. **Aspek Digital Marketing (Marketing 5.0)**
 - Aktivitas media sosial meningkat
 - Konten lebih menarik dan konsisten
 - Kunjungan konsumen baru naik signifikan
2. **Aspek Pelayanan (SERVQUAL)**
 - Layanan lebih cepat dan ramah
 - Penurunan keluhan pelanggan
 - Peningkatan kepuasan pelanggan secara umum
3. **Aspek Penjualan & Inovasi Menu (Product Innovation Theory)**
 - Omset meningkat $\pm 50\%$
 - Menu baru menjadi best seller selama periode tertentu
 - Program loyalitas membantu meningkatkan pembelian ulang

3. ANALISIS DAN EVALUASI

Integrasi ketiga teori tersebut menunjukkan:

- **Marketing 5.0** → menaikkan eksposur digital & engagement
- **SERVQUAL** → memperbaiki kualitas pelayanan
- **Product Innovation** → meningkatkan variasi menu & penjualan

Kombinasi strategi digital marketing + layanan + inovasi menu menjadi formula peningkatan omset APJ.

4. POTENSI KEBERLANJUTAN PROGRAM

Dengan pondasi teori yang kuat, APJ berpeluang mempertahankan peningkatan omset melalui:

- inovasi menu berkelanjutan,
- konsistensi digital marketing,
- peningkatan pelayanan pelanggan,
- evaluasi SOP secara berkala.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan berhasil meningkatkan kapasitas pemasaran digital, kualitas layanan, dan inovasi produk. Pelatihan yang diberikan mulai dari pemanfaatan media sosial berbasis konsep Marketing 5.0, peningkatan pelayanan menggunakan pendekatan **SERVQUAL**, hingga pengembangan menu baru—mendorong peningkatan visibilitas digital, bertambahnya jumlah pelanggan, serta kenaikan omset hingga $\pm 50\%$. Program ini menunjukkan bahwa penguatan strategi pemasaran dan pelayanan yang terarah mampu menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah persaingan yang dinamis.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada **Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan** atas kerja sama, keterbukaan informasi, dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian. Penghargaan juga diberikan kepada **Universitas Al Azhar Medan** atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis turut mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam



penyelesaian program serta penyusunan artikel ini.

Management, 71, 4619–4633.
<https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3233132>

DAFTAR PUSTAKA

- Hardjosubroto, R., Untung, Rahardja, Santoso, N. A., & Sari, W. Y. (2021). Penggalangan dana digital untuk Yayasan Disabilitas melalui produk UMKM di Era 4.0. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.34306/adimas.v1i1.229>
- Izwar, Jalil, M., Irawan, J., Putra, I., & Fajri, M. (2024). Analisis Kesesuaian Pengembangan Agrowisata Durian (Durio Zibethinus Murr) di Desa Sarah Raya Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Riset Perkebunan*, 5(1), 34–44. <https://doi.org/10.25077/jrp.5.1.34-44.2024>
- Jadhav, A., K N, M., C M, R., R, R. P., K, A., Bhat, P. P., & V, J. (2024). Revolutionizing Farm Management with Modern Agricultural Extension Techniques: A Review. *Journal of Scientific Research and Reports*, 30(7), 1086–1099. <https://doi.org/10.9734/jsrr/2024/v30i72218>
- Jaliyagoda, N., Lokuge, S., Gunathilake, P. M. P. C., Amaratunga, K. S. P., Weerakkody, W. A. P., Bandaranayake, P. C. G., & Bandaranayake, A. U. (2023). Internet of things (IoT) for smart agriculture: Assembling and assessment of a low-cost IoT system for polytunnels. *PLoS ONE*, 18(5 May), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0278440>
- Kountios, G., Konstantinidis, C., & Antoniadis, I. (2023). Can the Adoption of ICT and Advisory Services Be Considered as a Tool of Competitive Advantage in Agricultural Holdings? A Literature Review. *Agronomy*, 13(2), 1–20. <https://doi.org/10.3390/agronomy13020530>
- Lamperti, S., Cavallo, A., & Sassanelli, C. (2024). Digital Servitization and Business Model Innovation in SMEs: A Model to Escape From Market Disruption. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 4619–4633. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3233132>
- Mapanje, O., Karuaihe, S., Macheche, C., & Amis, M. (2023). Financing Sustainable Agriculture in Sub-Saharan Africa: A Review of the Role of Financial Technologies. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su15054587>
- Muhajir, Afif, Manalu, R., & Marlina. (2025). Penguatan Daya Saing Pemerintahan Desa Untuk Pembangunan Berkelanjutan: Studi Kasus. *Deputy Journal*, 5(1), 381–386. <https://doi.org/10.54123/deputi.v5i1.423>
- Nurjannah, F., & Muslihat, A. (2024). Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Penyerapan Kontribusi Tenaga Kerja di Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(10), 314–320. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11422357>
- Pasaribu, Safriandi, F., & Aginta, W. (2024). Peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui bimbingan teknis perpajakan di desa empus, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat. *Jurnal Deputi*, 5(1), 341–345. <https://doi.org/10.54123/deputi.v5i1.401>
- Rahmiati, R., & Temesveri, N. A. (2020). Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang Tahun 2019. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 13–21. <https://doi.org/10.23917/jk.v13i1.11097>
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., & Warda. (2020). Peningkatan daya saing UMKM melalui optimalisasi penyusunan laporan keuangan. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(2), 97–105. <https://doi.org/10.31850/jdm.v3i2.537>
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan aplikasi dompet digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura : Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>



- Sembiring, M. F., & Sembiring, M. (2021). Efektivitas Mal Pelayanan Publik (MPP) sebagai wadah terintegrasi dalam kaitan pemenuhan kebutuhan publik di Kabupaten Langkat. *Jurnal Serunai Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 10(1), 01–10.
<https://doi.org/10.37755/jspk.v10i1.379>
- Siregar, Z. H., Mawardi, Puspita, R., Fazri, M., Refiza, Irwansyah, M., & Simorangkir, S. P. (2023). Pemanfaatan air hujan dan minyak jelantah sebagai kepedulian lingkungan di Ikatan Keluarga Besar Istri (IKBI) PTPN-III Desa Sei Mangkei. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 3(2), 178–185.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v3i2.276>
- Siregar, Z. H., Mawardi, Rigitta, P., Puspita, R., Refiza, Simorangkir, S. P., & Suita, D. (2024). Pelatihan dan implementasi perencanaan pencahayaan dan sirkulasi udara untuk lingkungan sehat dan nyaman pada Proyek Pembangunan Gedung UMKM-USU. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 4(2), 299–304.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v4i2.363>
- Siregar, Z. H., Nasution, A. F., Fazri, M., Refiza, Puspita, R., Thamrin, H., & Nasution, A. S. (2024). The effect of fuel mixture composition on gasoline engine emissions in urban conditions. *Jurnal VORTEKS*, 05(02), 394–402.
<https://doi.org/10.54123/vorteks.v5i2.389>
- Siregar, Z. H., Nasution, A. F., Mawardi, Puspita, R., Refiza, Nasution, A. S., Fazri, M., & Lubis, S. S. (2025). Optimalisasi sistem plumbing hemat air di Rusun Brimob Sampali Medan: edukasi teknologi dan manajemen limbah cair. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 5(1), 329–340.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v5i1.399>
- Siregar, Z. H., Puspita, R., Fazri, M., Trisilo, M., & Ikhwan, R. (2022). Pendampingan peserta Pejuang Muda 2021 dalam perencanaan pembuatan tepung mocaf di Kelurahan Tambesi-Kota Batam Kepri. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 2(2), 121–127.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v2i2.187>
- Siregar, Z. H., Siregar, R., Rigitta, P., Nurdiana, Puspita, R., Refiza, Zurairah, M., Purba, I. G., & Tanjung, J. H. S. (2024). Pengembangan aliran sungai sebagai potensi Pembangkit Listrik Mikro Hidro serta edukasi dan akulturasi di Desa Meranti Tengah Dusun Batu Rangin Kecamatan Pintu Pohan Meranti Kabupaten Tobasa. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 4(1), 264–269.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v4i1.325>
- Su, H., Lu, Y., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2023). Good Governance within Public Participation and National Audit for Reducing Corruption. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9), 1–17.
<https://doi.org/10.3390/su15097030>
- Suleman, N., & Thalib, M. K. (2024). Keberlanjutan UMKM Ditinjau dari Digitalisasi UMKM, Financial Literacy, dan Behaviour Financial. *Gorontalo Accounting Journal*, 7(1), 27–35.
<https://doi.org/10.32662/gaj.v7i1.3271>
- Surbakti, Daulay, Puspa, Yunanda, & Sukarsih. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat melalui kewirausahaan dan Green Economy Desa Manunggal Kecamatan Labuhan Deli Kab. Deli Serdang*. 5(1), 323–328.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v5i1.400>
- Surbakti, S. B., Daulay, A., Puspa, S., & Sembiring, S. (2023). Penggunaan media sosial dalam meningkatkan promosi dan penjualan pada UMKM pempek Pak Eko dan Leni Grosir Sumut di Marelan. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 3(2), 213–218.
<https://doi.org/10.54123/deputi.v3i2.285>
- Surbakti, S. B., Dewi, Sr. P., Daulay, A., & Putra, Y. E. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN* (1st ed.). PT Media Penerbit Indonesia.
- Suyarti, S. S. (2022). Pendampingan dan Pelatihan Pembuatan Olahan Tomat Sebagai Peluang Bisnis Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Gunung Pasir Jaya Lampung Timur. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75–80.
<https://doi.org/10.32877/nr.v2i1.576>



- Teklu, A., Simane, B., & Bezabih, M. (2023). Effect of Climate Smart Agriculture Innovations on Climate Resilience among Smallholder Farmers: Empirical Evidence from the Choke Mountain Watershed of the Blue Nile Highlands of Ethiopia. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(5), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su15054331>
- Wahyuhening Fibriany, F., Lubis, B. O., & Eriana, E. (2023). Pelatihan Komputer Microsoft Word 2016 Untuk Guru dan Orang Tua Murid Satuan PAUD Sejenis Negeri Bale Bermain Cempaka Putih. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, *3*(3), 1–8. <https://doi.org/10.51214/00202303701000>

