

Membangun Strategi Pemasaran Digital pada Queen Snack Di Desa Kabunan

Wahyu Krishantoro¹, Muhammad Fajri^{2*}, Muhammad Haekal Tamami³

^{1,2,3}Manajemen Informatika, Universitas Teknologi Digital, Tegal, Indonesia

Email: ¹wahyu6krishantoro@gmail.com, ²mhmmdfajri225@gmail.com, ³mhmmdhaekal29@gmail.com

*Email Corresponding Author: mhmmdfajri225@gmail.com

Abstrak

Queen Snack merupakan usaha yang bergerak di bidang penyediaan *snack box* dan *catering*. Queen Snack menghadapi kendala pemasaran, terutama dalam pemanfaatan media digital untuk promosi. Queen Snack belum memiliki logo, banner, media sosial yang dikelola secara optimal, serta website sebagai sarana informasi dan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas, rendahnya kesadaran merek, dan penjualan yang belum stabil. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan menganalisis kondisi usaha, mengidentifikasi hambatan pemasaran digital, serta menerapkan strategi digital marketing sesuai kebutuhan mitra. Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, perencanaan, pendampingan, implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menghasilkan logo, banner, stempel, media sosial, website, QRIS, NIB, visi misi, struktur organisasi, manual book, dan HKI. Luaran tersebut meningkatkan profesionalitas usaha, memperkuat identitas merek, memperluas promosi, memudahkan transaksi, serta mendukung pengelolaan usaha. Berdasarkan evaluasi, mitra memberikan tanggapan positif terhadap program dan mengalami peningkatan pengetahuan. Program ini berhasil mencapai tujuan dan memberikan manfaat bagi pengembangan usaha.

Kata Kunci: *brand awareness*, pemasaran digital, PKM, Queen Snack, strategi pemasaran.

Abstract

Queen Snack is a business engaged in the provision of snack boxes and catering. Queen Snack faces marketing obstacles, especially in the use of digital media for promotion. Queen Snack does not have a logo, banner, social media that is optimally managed, and a website as a means of information and marketing. These conditions lead to limited marketing reach, low brand awareness, and unstable sales. This Community Service (PKM) activity aims to analyze business conditions, identify digital marketing barriers, and implement digital marketing strategies according to the needs of partners. The implementation method includes observation, interview, planning, mentoring, implementation, as well as monitoring and evaluation. The results of the activity produced logos, banners, stamps, social media, websites, QRIS, NIB, vision and mission, organizational structure, manuals, and HKI. These outputs improve business professionalism, strengthen brand identity, expand promotions, facilitate transactions, and support business management. Based on the evaluation, partners responded positively to the program and experienced increased knowledge. This program has succeeded in achieving its goals and providing benefits for business development.

Keywords: *brand awareness*, digital marketing, marketing strategy, PKM, Queen Snack.

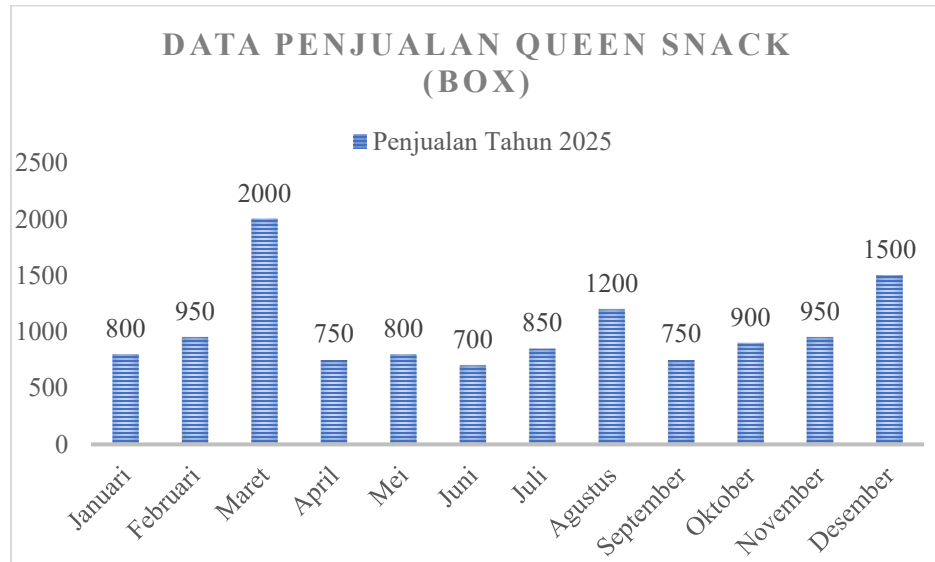
1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi penopang ekonomi nasional, UMKM juga membantu membuka lapangan kerja dan meningkatkan kesetaraan pendapatan. UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala usaha, dan omzet relatif kecil (Aditiya et al., 2024). Namun, UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan perilaku konsumen yang berubah. Ini terutama berlaku untuk pemasaran. Saat ini, pemasaran harus memanfaatkan media digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Untuk itu, penerapan strategi pemasaran digital menjadi hal yang cukup penting. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan menjadi lebih tinggi (Haque-Fawzi et al., 2022). Strategi ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari, pembuatan konten yang menarik, serta pemanfaatan platform *e-commerce*. Langkah-langkah tersebut dapat membantu meningkatkan efisiensi biaya pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan (Asyiffa et al., 2025).

Strategi pemasaran digital memungkinkan UMKM meningkatkan daya saingnya secara berkelanjutan karena memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan tepat sasaran dibandingkan dengan metode konvensional. Teknologi digital juga memudahkan pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen, mengevaluasi kinerja promosi, dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai alat strategis dalam menciptakan dan memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (Subrata et al., 2025).

Queen Snack merupakan usaha yang bergerak di bidang penyediaan *snack box* dan *catering*. Queen Snack saat ini menghadapi beberapa tantangan yang menghambat perkembangan usahanya. Di antaranya adalah pemasaran masih konvensional, tidak memiliki identitas visual seperti logo dan *banner* yang dapat meningkatkan citra merek, tidak memiliki akun media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk, dan belum memiliki dukungan dari media digital seperti situs *web* yang dapat memberikan informasi tentang produk. Selain itu, kekurangan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan layanan pembayaran non-tunai seperti QRIS dapat mengurangi kepercayaan konsumen serta peluang kerja sama dengan pihak lain. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan berikut :



Gambar 1. Data penjualan Queen Snack tahun 2025

Data ini menunjukkan bahwa jangkauan pasar yang terbatas dan fluktuasi penjualan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan belum cukup efektif untuk meningkatkan penjualan secara konsisten.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra Queen Snack berkaitan dengan aspek pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan media digital. Keterbatasan dalam penerapan strategi *digital marketing* berdampak pada sempitnya jangkauan pemasaran, fluktuasi penjualan, serta

belum optimalnya pembentukan kesadaran merek (*brand awareness*). Oleh karena itu, kondisi ini menjadi dasar penting perlunya dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penerapan *digital marketing* sebagai upaya strategis dalam mengatasi permasalahan mitra dan meningkatkan daya saing usaha.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan PKM terbagi menjadi tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tahap monitoring dan evaluasi. Berikut adalah rincian tiap tahapan yang dilaksanakan secara sistematis untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan :



Gambar 2. Alur metode pelaksanaan PKM

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi mitra dan mempersiapkan program pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini diawali dengan penyusunan draft wawancara, penentuan jadwal pelaksanaan bersama mitra, serta pengumpulan informasi awal mengenai profil dan kondisi usaha Queen Snack. Selanjutnya, tim pelaksana melakukan pengenalan dan observasi lapangan guna memperoleh gambaran terkait dengan mitra, strategi pemasaran yang diterapkan, serta permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Selain itu, dilakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha untuk menggali informasi mengenai kebutuhan dan kendala yang dialami dalam pengembangan usaha. Hasil observasi dan wawancara digunakan sebagai dasar dalam penyusunan program kerja dan penentuan solusi yang akan diterapkan pada kegiatan PKM.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan bagian inti dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada implementasi seluruh rencana yang telah disusun pada tahap persiapan. Pada tahap ini, berbagai program dan kegiatan dilaksanakan secara langsung di lapangan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi Queen Snack.

- 1) Pembuatan logo
- 2) Pembuatan akun media sosial (Instagram, Tiktok, dan Facebook)
- 3) Pembuatan stempel
- 4) Pembuatan *website*
- 5) Pembuatan *banner*
- 6) Pembuatan metode pembayaran digital (QRIS)
- 7) Pembuatan Nomor Izin Berusaha (NIB)
- 8) Penyusunan visi misi usaha
- 9) Penyusunan struktur organisasi
- 10) Pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

c. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara berkelanjutan oleh tim pelaksana selama rangkaian kegiatan berlangsung. Monitoring dilakukan untuk memastikan bahwa setiap program yang telah diimplementasikan dapat berjalan sesuai rencana serta dimanfaatkan secara optimal oleh Queen Snack. Sementara itu, evaluasi dilakukan guna menilai tingkat efektivitas pelaksanaan kegiatan dan mengidentifikasi berbagai kendala yang muncul selama proses berlangsung. Hasil evaluasi tersebut kemudian dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan dan penyempurnaan program pada tahap selanjutnya.

3. HASIL PEMBAHASAN

Queen Snack merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan, khususnya *snack box* dan *catering* yang didirikan oleh Ibu Dewi Susilowati sejak sekitar bulan Oktober 2015. Nama Queen Snack sendiri itu berasal dari nama anak pemilik tersebut yaitu *Queensha Shezan Ismawati*. Usaha ini beralamat di Griya Kabunan Asri II RT 01/RW 02 Blok A9. Awal berdirinya usaha ini berasal dari usaha keluarga yang melihat peluang di bidang *snack box* dan *catering* yang pada saat itu masih cukup menjanjikan.



Gambar 3. Rumah produksi Queen Snack

Dengan kemampuan dalam membuat berbagai jenis jajanan dan makanan, pemilik mulai memproduksi jajanan *box* seperti kue apem, lempur, kue lapis, bolu kukus, kue poci, dan lain sebagainya kemudian ditawarkan kepada lingkungan sekitar dan acara-acara seperti pengajian, organisasi, dan lamaran.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Queen Snack telah memberikan hasil yang positif dalam mendukung pengembangan usaha melalui penerapan strategi digital marketing. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa seluruh program yang direncanakan telah berhasil direalisasikan dengan baik. Adapun luaran yang berhasil dicapai dalam kegiatan pengabdian ini dijelaskan sebagai berikut.

a. Logo

Pembuatan logo dilakukan sebagai identitas visual Queen Snack yang bertujuan untuk memperkuat *branding* dan memudahkan masyarakat dalam mengenali usaha. Logo dirancang secara sederhana, menarik, dan mencerminkan karakter usaha di bidang *snack box* dan *catering*. Logo tersebut dibuat menggunakan canva sebagai media desain yang mendukung pembuatan identitas visual secara efektif dan profesional.



Gambar 4. Logo Queen Snack

Logo Queen Snack menggunakan perpaduan warna ungu, orange, dan kuning yang melambangkan kesan elegan, ceria, dan menggugah selera. Tipografi yang digunakan berbentuk membulat dan tebal sehingga terlihat ramah dan mudah dikenali. Elemen mahkota pada logo melambangkan kualitas terbaik dan pelayanan istimewa, sehingga mencerminkan identitas Queen Snack sebagai usaha *snack box* dan *catering* yang unggul dan terpercaya.

b. Media Sosial

Pembuatan media sosial dilakukan sebagai salah satu upaya pengembangan *digital marketing* Queen Snack guna memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Media sosial yang dibuat meliputi Instagram, Tiktok, dan Facebook yang dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi produk, promosi usaha, serta komunikasi dengan pelanggan secara lebih efektif.



Gambar 5. Media sosial (a) instagram, (b) tiktok, (c) facebook

Pemanfaatan media sosial tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha di masyarakat, membangun citra bisnis yang lebih profesional, serta mendukung perluasan pasar melalui konten promosi yang menarik dan informatif.

c. Stempel

Pembuatan stempel dilakukan untuk mendukung identitas Queen Snack sebagai salah satu bentuk penguatan *branding* dan profesionalitas usaha. Selain digunakan sebagai pengesahan dokumen, stempel juga diterapkan pada kemasan *box* sebagai penanda produk, sehingga dapat memperkuat branding dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

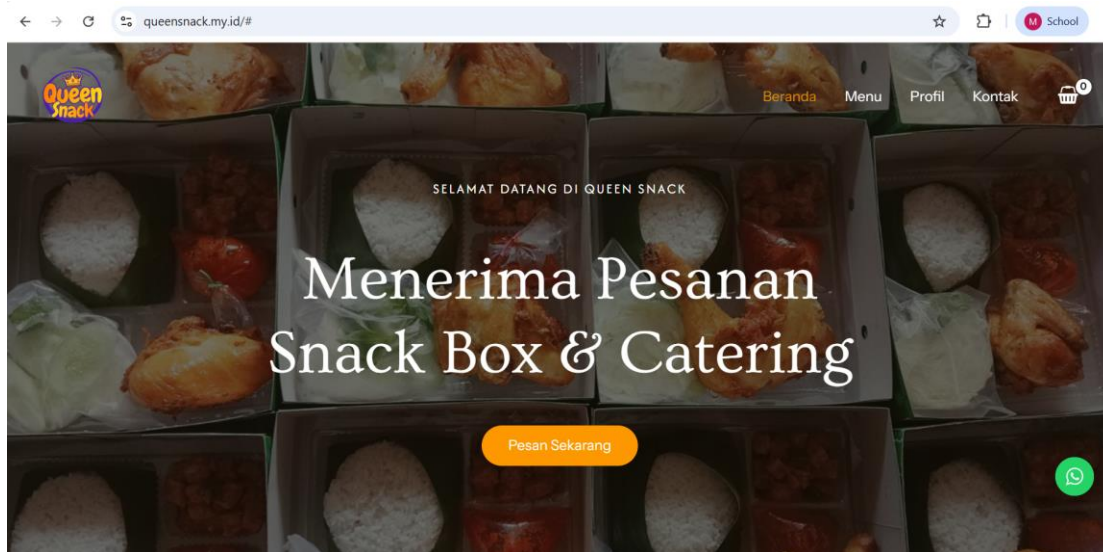


Gambar 6. Stempel Queen Snack

Keberadaan stempel diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi Queen Snack dalam membangun citra usaha yang lebih terpercaya dan profesional. Penerapan stempel pada kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai penanda kepemilikan usaha, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik produk serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

d. Website

Pembuatan *website* dilakukan sebagai media informasi dan promosi digital untuk Queen Snack. *Website* ini memuat profil usaha, produk, serta informasi pemesanan, sehingga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi.



Gambar 7. Website Queen Snack

Keberadaan *website* diharapkan mampu mendukung pengembangan *digital marketing* Queen Snack secara lebih optimal. Selain berfungsi sebagai sarana promosi, *website* juga dapat membantu meningkatkan citra usaha menjadi lebih profesional, memperluas jangkauan konsumen, serta mempermudah proses komunikasi dan penyampaian informasi kepada pelanggan secara cepat dan efektif.

e. Banner

Pembuatan *banner* dilakukan sebagai media promosi visual untuk Queen Snack yang digunakan dalam pemasaran secara *offline*. *Banner* ini memuat informasi utama seperti nama usaha, produk yang ditawarkan, serta keunggulan produk, sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan memperkuat citra usaha di lingkungan sekitar.



Gambar 8. Banner Queen Snack

Keberadaan *banner* diharapkan dapat membantu meningkatkan promosi usaha dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah dikenali oleh masyarakat. Selain berfungsi sebagai media informasi, *banner* juga menjadi salah satu sarana pendukung branding yang mampu memperkuat identitas visual Queen Snack serta meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

f. QRIS

Pembuatan QRIS dilakukan sebagai upaya mendukung sistem pembayaran digital pada Queen Snack. QRIS tersebut dibuat melalui aplikasi GoPay Merchant sebagai salah satu layanan pembayaran digital yang memudahkan pelaku usaha dalam menerima transaksi non-tunai.



Gambar 9. QRIS Queen Snack

Dengan adanya QRIS, pelanggan dapat melakukan pembayaran secara praktis menggunakan berbagai aplikasi pembayaran yang mendukung standar QRIS, sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat dan efisien.

g. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Queen Snack telah berhasil memperoleh NIB melalui sistem OSS <https://oss.go.id/id> sebagai bentuk legalitas resmi yang mendukung operasional dan pengembangan usaha.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN : JENIS BIDANG USAHA
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2704260053344

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk ISMAIL:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Ruang Lingkup	Lokasi Kegiatan Usaha	Klasifikasi Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	56290	Penyediaan Jasa Boga Periode Tertentu	Seluruh	Griya Kabupaten Asri RT01/RW02 Blok A9, Desa Kelurahan Kabupaten, Kec. Dukuhwaru, Kab. Tegal, Provinsi Jawa Tengah Kode Pos: 52451 Usaha Mikro berjalan sejak: Oktober 2015	Menengah Rendah	NIB	Terbit	Untuk melakukan persiapan, kegiatan operasional dan/atau komersial usaha.
						Sertifikat Standar	• Terbit Otomatis • Pemenuhan Standar Usaha diperiksa pada saat pengawasaan	Untuk melakukan persiapan, kegiatan operasional dan/atau komersial
Nomor Kegiatan Usaha: 202604-2712-1426-8581-942						Keterangan:		

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode KBLI, Judul dan Ruang Lingkup yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai NSPK K/L.
- Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban pelaku usaha dilakukan oleh K/L/Pemerintah daerah/ Administrator KEM/ BP/KPSPD terkait.
- Daftar pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban dapat dilihat melalui akses QR Code.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

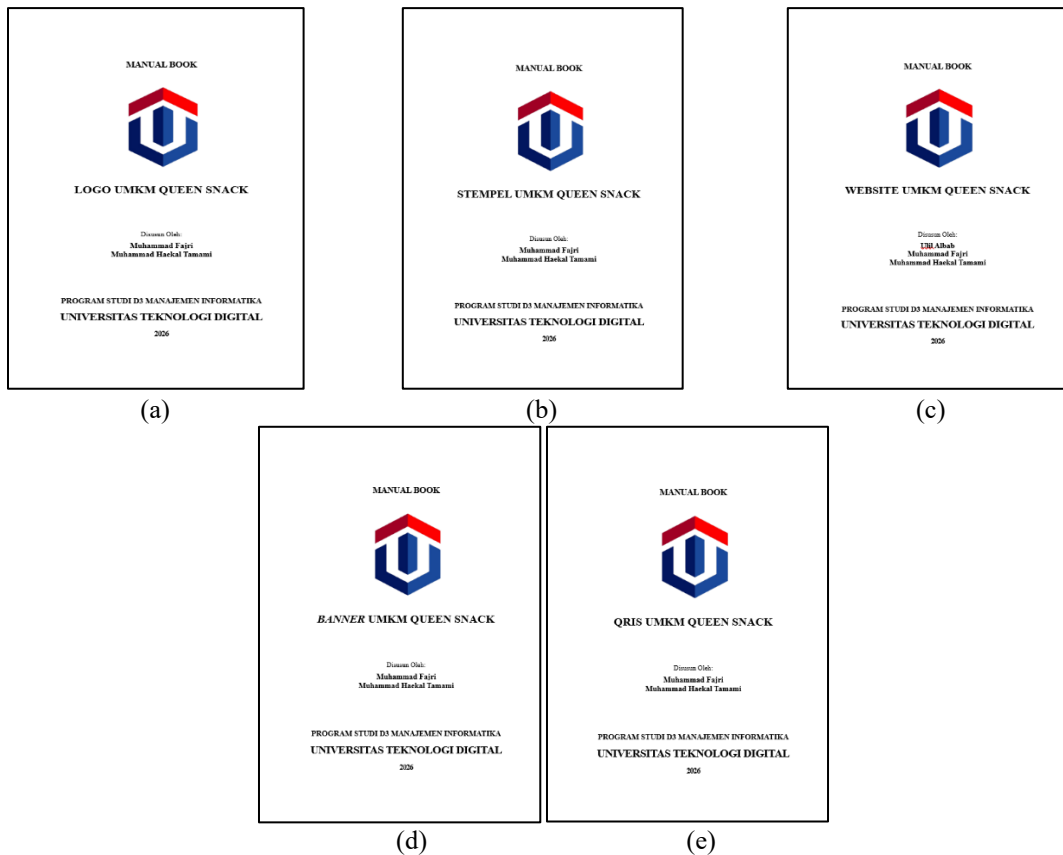
- Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha. - Dokumen ini bersifat sementara dan dokumen ini akan dilakukan perubahan sebagaimana mestinya. - Dokumen ini telah dibundling secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE/SSN. - Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan tautan berikut.	
--	--

Gambar 10. NIB Queen Snack

NIB yang telah diterbitkan menjadi bukti legalitas yang mendukung pelaksanaan kegiatan usaha Queen Snack secara profesional dan berkelanjutan.

h. Manual Book

Manual book disusun sebagai panduan penggunaan dan pengelolaan berbagai luaran yang dihasilkan dalam kegiatan PKM, meliputi logo, stempel, *website*, *banner*, dan QRIS. *Manuak Book* ini dibuat untuk memudahkan pemilik usaha dalam memahami fungsi, penggunaan, serta pengelolaan setiap luaran secara mandiri.



Gambar 11. Manual Book (a) logo, (b) stempel, (c) website, (d) banner, (e) QRIS

Manual book berisi langkah-langkah penggunaan, pemeliharaan, dan pengelolaan setiap luaran sehingga dapat menjadi sarana pendukung bagi pemilik usaha dalam mengoptimalkan pemanfaatan luaran kegiatan.

i. Visi dan Misi

Pembuatan visi dan misi dilakukan sebagai langkah strategis dalam menentukan arah dan tujuan pengembangan Queen Snack. Kegiatan ini mencakup perumusan visi sebagai gambaran jangka panjang yang ingin dicapai oleh usaha, serta penyusunan misi sebagai langkah-langkah operasional untuk mewujudkan visi tersebut.

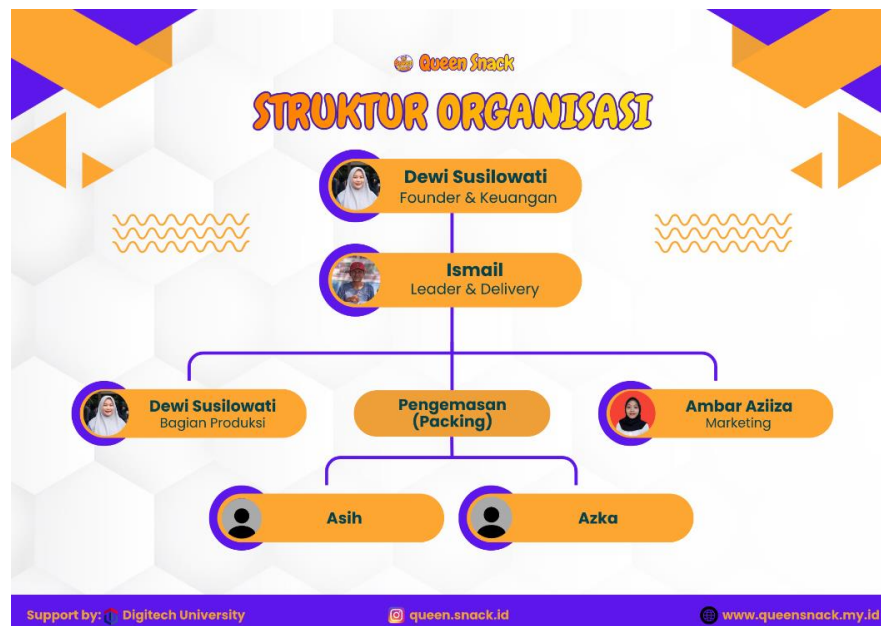


Gambar 12. Visi Misi Queen Snack

Visi misi tersebut dirancang untuk memberikan arah yang jelas terhadap tujuan usaha, nilai yang ingin diwujudkan, serta target yang ingin dicapai Queen Snack.

j. Struktur Organisasi

Penyusunan struktur organisasi ini bertujuan untuk menciptakan sistem kerja yang lebih teratur, meningkatkan efektivitas koordinasi, serta mendukung kelancaran operasional usaha.



Gambar 13. Struktur organisasi Queen Snack

Struktur organisasi mendukung pengelolaan Queen Snack yang lebih terarah dan terkoordinasi sehingga setiap kegiatan usaha dapat dilaksanakan sesuai dengan peran dan tanggung jawab masing-masing.

k. Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Proses pembuatan HKI dilakukan sebagai upaya perlindungan hukum terhadap identitas dan karya yang dimiliki oleh Queen Snack. Kegiatan ini mencakup pengajuan pendaftaran HKI melalui <https://hakcipta.dgip.go.id/>. Tujuan dari pembuatan HKI adalah untuk memberikan kepastian hukum, mencegah terjadinya peniruan atau penyalahgunaan oleh pihak lain, serta meningkatkan nilai dan profesionalitas usaha.



REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002020066072, 18 Mei 2026

Pencipta
Nama : Ulli Albab, Muhammad Fajri dkk
Alamat : Pesona Regency Jl. Projosumatro RT19/RW04, Talang, Kab. Tegal, Jawa Tengah, 52192
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Universitas Teknologi Digital
Alamat : Jl. Kates 5 No. 47, Adiwerna, Kab. Tegal, Jawa Tengah, 52190
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Buku Panduan/Petunjuk
Judul Ciptaan : Manual Book Website UMKM Queen Snack

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 18 Mei 2026, di Kab. Tegal

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman

Nomor Pencatatan : 001235300

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko,SH.,MH.
NIP. 196912261994031001

Dislaimer:
1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.
2. Surat Pencatatan ini telah disertai secara elektronik menggunakan sigel elektronik yang diterbitkan oleh Badan Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

Gambar 14. HKI *manual book website*

HKI yang dipatenkan dalam kegiatan PKM ini adalah *manual book website* Queen Snack sebagai bentuk perlindungan terhadap karya yang dihasilkan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM pada Queen Snack, dapat disimpulkan bahwa program yang dilaksanakan telah berhasil mendukung pengembangan usaha mitra melalui berbagai kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Berbagai luaran yang dihasilkan, seperti logo, media sosial, stempel, *website*, *banner*, QRIS, serta dokumen pendukung usaha lainnya yang mampu memperkuat identitas dan meningkatkan profesionalitas Queen Snack. Implementasi digital marketing melalui website dan media sosial dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan visibilitas produk, serta mendukung peningkatan penjualan. Selain itu, penerapan sistem pembayaran digital QRIS memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi. Kegiatan pendampingan yang mencakup pemanfaatan website, pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran digital juga berhasil meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mitra dalam mengembangkan usaha secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan dan menilai bahwa program ini memberikan manfaat nyata bagi Queen Snack. Dengan demikian, tujuan PKM telah tercapai secara optimal dan menghasilkan dampak yang berkelanjutan dalam mendukung peningkatan daya saing serta perkembangan usaha Queen Snack di masa mendatang.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Universitas Teknologi Digital, khususnya Program Studi D3 Manajemen Informatika PSDKU Tegal atas dukungan, arahan, serta fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan PKM ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing dan seluruh civitas akademika yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan bantuan sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi yang sebesar-besarnya diberikan kepada pemilik Queen Snack yang telah bersedia menjadi mitra, berpartisipasi aktif, serta memberikan dukungan dan kerja sama yang baik selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Kontribusi dan dukungan dari berbagai pihak tersebut sangat berarti dalam mendukung keberhasilan program serta pencapaian luaran yang telah ditetapkan. Tim pelaksana berharap hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan usaha Queen Snack dan menjadi kontribusi positif bagi Masyarakat.

6. REFERENSI

- Aditiya, V., Mustafa, S., Lastri, N., Hartutik, D., & Musdiana, A. D. (2024). *Literature Review: Strategi Pengembangan UMKM*. 4(4), 9456–9462.
- Asyiffa, M. R., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2025). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk). *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(4), 584–591.
- Haqae-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Subrata, J., Faizin, M. Y., & Setiawan, A. (2025). Membangun Strategi Pemasaran Digital Produk Pertanian Organik Di Agro Zulfa Garden Kecamatan Tarub. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 15(1), 1–11.