

Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional melalui Proses Produksi dan Inovasi Produk pada PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta

Ni Made Widiastuti Pramesti Ningsih¹, Putu Sri Arta Jaya Kusuma², Anak Agung Ira Maha Diva³, Ni Komang Fany Susila Wulandari⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

email: widyaaprmst220@gmail.com

Abstract

Traditional culinary MSMEs face challenges in remaining competitive amid changes in consumer preferences and technological developments. This activity aims to identify MSME development strategies through production process efficiency and product innovation based on modern market needs. The method employed is direct observation of the production process and innovation strategies applied by PT Bakpia Juwara Satoe in Yogyakarta. The results show that the use of automated machinery and modern vacuum packaging can increase efficiency, maintain product quality, and extend product shelf life without chemical preservatives. Meanwhile, the development of bakpia flavor variants, moist, dry, and crispy has proven to enhance product appeal and expand consumer segments, especially through digital marketing. The strategy of differentiating packaging colors also strengthens brand image and accelerates product recognition in the market. By integrating production technology, flavor innovation, and visual marketing strategies, PT Bakpia Juwara Satoe exemplifies an adaptive and sustainable MSME in facing market dynamics.

Keywords: Bakpia, MSME development, product innovation, production process, vacuum packaging

Abstrak

UMKM kuliner tradisional menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif di tengah perubahan preferensi konsumen dan perkembangan teknologi. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan UMKM melalui efisiensi proses produksi dan inovasi produk berbasis kebutuhan pasar modern. Metode yang digunakan adalah observasi langsung terhadap proses produksi dan strategi inovasi yang diterapkan PT Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penggunaan mesin otomatis dan kemasan vakum modern mampu meningkatkan efisiensi, menjaga kualitas, dan memperpanjang masa simpan produk tanpa bahan pengawet kimia. Di sisi lain, pengembangan varian rasa bakpia, baik basah, kering, maupun crispy terbukti meningkatkan daya tarik produk dan memperluas segmen konsumen, terutama melalui pemasaran digital. Strategi diferensiasi warna kemasan juga memperkuat citra merek dan mempercepat pengenalan produk di pasar. Dengan mengintegrasikan teknologi produksi, inovasi varian rasa, dan strategi pemasaran visual, PT Bakpia Juwara Satoe menjadi contoh UMKM yang adaptif dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar.

Kata Kunci: Bakpia, pengembangan UMKM, inovasi produk, proses produksi, kemasan vakum

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data dari [1], Sekitar 60% dari PDB Indonesia berasal dari sektor UMKM. Selain itu, UMKM juga berperan penting

dalam membuka lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi di tingkat lokal. Namun, pelaku UMKM masih sering menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal pemasaran dan pengembangan produk. Perubahan pasar yang semakin cepat, ditambah dengan era digital yang terus berkembang, mendorong UMKM untuk bisa memasarkan produknya secara efektif dan

bersaing lebih luas. Sebagian pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan dalam hal pengetahuan dan keterampilan mengenai strategi pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar mereka [2].

Dalam sektor UMKM kuliner tradisional, inovasi menjadi kunci utama untuk mempertahankan eksistensi dan berkembang, apalagi ditengah persaingan pasar yang semakin ketat. Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal luas sebagai kota budaya dan kuliner yang kaya akan cita rasa khas. Salah satu makanan ikonik yang sudah sangat melekat dengan identitas Yogyakarta adalah bakpia. Produk ini berasal dari kue tradisional Tiongkok Bernama "*tuo luk pia*" yang mulai dikenal di Yogyakarta sejak tahun 1948. Agar dapat terus bersaing di tengah perubahan selera pasar, UMKM bakpia dituntut untuk terus berinovasi dalam pengembangan variasi produknya [3]. Tidak hanya itu, inovasi yang berkelanjutan dalam proses produksi dan pengemasan juga menjadi hal yang penting untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing UMKM kuliner tradisional dalam menghadapi dinamika pasar [4].

Salah satu UMKM yang sukses melakukan inovasi pada produk bakpia adalah PT Bakpia Juwara Satoe, yang berlokasi di Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Yogyakarta sejak tahun 2018. Perusahaan ini mengembangkan bakpia kering yang memiliki daya tahan hingga 5 bulan, hasil dari penerapan teknologi modern dan penggunaan kemasan vakum yang mampu menjaga kualitas cita rasa tradisonalnya. Inovasi yang terus berkembang, membuat mereka mulai meluncurkan produk baru berupa bakpia basah pada tahun 2021. Produk ini hadir dengan tekstur yang lebih lembut dan rasa premium, sehingga memiliki keunikan tersendiri dibandingkan bakpia kering yang sebelumnya menjadi andalan perusahaan. Lalu, pada periode 2022-2023, perusahaan kembali melakukan inovasi dengan menghadirkan bakpia *crispy*, yang menawarkan sensasi renyah serta daya tahan

simpan sekitar 3-6 bulan. PT Bakpia Juwara Satoe juga memperkaya produknya dengan berbagai pilihan rasa, seperti kacang hijau, gula tarik, keju, hingga sambal. Ragam varian ini dirancang untuk menjangkau pasar yang lebih modern sekaligus memberikan konsumen lebih banyak pilihan dalam hal rasa dan tekstur. Keberhasilan inovasi ini tetap dihadapkan dengan tantangan dalam menjaga efisiensi produksi dan keberlanjutan inovasi.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mengkaji lebih dalam strategi pengembangan produk PT Bakpia Juwara Satoe, terutama dalam hal proses produksi dan inovasi produknya. Menurut [4], menekankan pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia dan inovasi produk dalam memperkuat daya saing dan menjamin keberlanjutan UMKM di sektor kuliner tradisional. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, kegiatan ini menggunakan metode observasi langsung terkait bagaimana proses produksi dan inovasi produk dijalankan. Pendekatan ini diharapkan memberikan informasi yang konkret tentang praktik terbaik yang nantinya bisa dijadikan acuan oleh UMKM lain yang ingin meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produknya [5].

Konsep ekonomi kreatif sangat menekankan pentingnya peran inovasi, kreativitas, dan nilai budaya dalam menjalankan usaha. Menurut [5], inovasi dalam pengembangan produk serta *branding* merupakan hal penting dalam mendorong transformasi usaha tradisional menuju bentuk usaha berbasis ekonomi kreatif, khususnya bagi sektor UMKM. Penerapan teknologi produksi dan penggunaan kemasan vakum oleh PT Bakpia Juwara Satoe menjadi bukti nyata bahwa efisiensi dapat ditingkatkan tanpa harus mengorbankan rasa asli tradisional yang dimiliki. Di samping itu, kehadiran berbagai varian rasa baru serta desain kemasan yang lebih modern turut membantu memperluas jangkauan pasar dan mendorong peningkatan daya saing hingga ke tingkat global. PT Bakpia Juwara Satoe menjadi contoh UMKM yang berhasil menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara

langsung dan tetap menjaga ciri lokal juga responsif terhadap perkembangan zaman.

METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian ini dilakukan melalui observasi langsung di lapangan dan studi dokumentasi untuk memahami praktik produksi dan inovasi produk dalam konteks UMKM kuliner tradisional, khususnya PT Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta [5]. Metode ini memungkinkan pengumpulan data secara langsung di lapangan tanpa intervensi, sehingga praktik produksi yang nyata dapat digambarkan secara mendetail dan kontekstual. Kegiatan terdiri dari tiga tahap utama sebagai berikut. Pertama, observasi lapangan dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi produksi untuk mengamati setiap tahapan pembuatan bakpia, mulai dari pengolahan bahan baku, pengisian isian, pembentukan adonan, hingga proses pemanggangan. Kedua, dokumentasi produk, dengan pencatatan variasi produk, varian rasa, serta desain kemasan. Penilaian aspek visual, rasa, serta potensi inovasi produk diperoleh melalui metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi langsung dan dokumentasi. Ketiga, identifikasi inovasi produk, yaitu pengamatan khusus terhadap inovasi produk seperti varian bakpia sambal, kacang hijau, gula tarik, serta penggunaan kemasan vakum.

Kegiatan pengabdian ini memilih PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta sebagai objek studi kasus karena didasarkan pada keberhasilan dalam melakukan inovasi produk dan proses produksi yang relevan dengan pengembangan UMKM kuliner.

Bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan bakpia meliputi tepung terigu, gula pasir, air, garam, *salted butter*, dan minyak goreng, dengan isian inovatif seperti kacang hijau, coklat, keju, durian, gula tarik, dan sambal. Selain bahan baku, alat utama produksi meliputi *mixer*, adonan, oven pemanggang, dan mesin pendingin [6], serta mesin penggiling kacang hijau, alat pencetak bakpia, dan mesin pengemas vakum [4], peralatan tambahan seperti

spatula, baskom *stainless*, nampan, dan timbangan digital juga digunakan untuk mendukung kelancaran proses. Penggunaan mesin modern bertujuan meningkatkan efisiensi dan higienitas produksi tanpa menghilangkan cita rasa tradisional dari bakpia. Selain inovasi produk, pengemasan turut dikembangkan melalui penggunaan plastik vakum, kardus karton khusus, dan label dengan desain modern dan menarik yang tidak hanya memperpanjang daya simpan tetapi juga meningkatkan daya tarik visual di pemasaran digital dan *offline*.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di lokasi UMKM PT Bakpia Juwara Satoe, Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Yogyakarta, dengan waktu pelaksanaan pada Senin, 07 Juli 2025.

Data dikumpulkan melalui observasi langsung di lapangan, studi dokumentasi, serta studi literatur dari berbagai sumber yang relevan [7] untuk memperoleh data alami dan mendalam tanpa intervensi.

Variabel yang diamati meliputi proses produksi sebagai rangkaian keseluruhan aktivitas, mulai dari bahan baku hingga produk jadi, inovasi produk yang mencakup pengembangan varian rasa dan kemasan, serta efisiensi proses produksi yang berhubungan dengan optimalisasi waktu dan tenaga. Berdasarkan variabel tersebut, data disajikan secara naratif dan deskriptif untuk memberikan gambaran nyata terkait proses yang dilakukan. Seluruh hasil observasi dan dokumentasi dipaparkan secara sistematis guna memberikan deskripsi komprehensif tentang praktik dan pengembangan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terkait proses produksi saat ini dan pengembangannya, PT Bakpia Juwara Satoe memadukan teknologi modern dengan tradisi kuliner bakpia khas Yogyakarta. Proses produksi dimulai dari pencampuran bahan berkualitas seperti tepung terigu, gula, mentega, dan berbagai isian. Mesin otomatis mengaduk adonan, memipihkan kulit, mengisi, dan mencetak bakpia secara seragam, oven gas LPG bersuhu terkontrol memastikan pemanggangan merata,

menghasilkan tekstur renyah di luar dan lembut di dalam. Kemasan vakum modern menjaga higienitas dan kualitas produk hingga 5 bulan tanpa pengawet. Otomatisasi mempercepat produksi dan menjamin konsistensi mutu, ciri khas PT Bakpia Juwara Satoe [4].

Selain efisiensi mesin, pengembangan mencakup inovasi rasa dan kemasan [5], [8], [9]. Perusahaan terus mengoptimalkan produksi guna meningkatkan kapasitas tanpa mengorbankan cita rasa tradisional [5], [10]. Hal ini sejalan dengan [11], yang menyatakan bahwa inovasi dan kualitas produk merupakan faktor utama kinerja UKM dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing di pasar kompetitif.



Gambar 1. Proses Produksi Bakpia di PT Bakpia Juwara Satoe menggunakan Mesin Otomatis

Terkait pengembangan varian rasa dan dampaknya bagi konsumen, PT Bakpia Juwara Satoe memulai produksinya dengan bakpia kering sebagai unggulan sejak awal berdiri, dengan masa simpan hingga 5 bulan. Varian rasa bakpia kering meliputi kacang hijau original, pandan, kacang hijau asin, gurih sayur, coklat, keju, gula tarik, nastar, black sesame, sambal pedas, serta kolaborasi rasa KitKat Spread yang menarik minat milenial dan wisatawan modern. Sebagai menjawab permintaan oleh-oleh segar dengan tekstur berbeda, di tahun 2021 dikembangkan bakpia basah bertekstur lembut dengan masa simpan 7-14 hari. Varian bakpia basah mencakup kacang hijau original, kumbu hitam, coklat, keju, dan durian sebagai pilihan premium. Dalam perkembangannya, pada tahun 2022-2023 diluncurkan bakpia *crispy* bertekstur renyah, memiliki daya tahan 3-6 bulan tanpa pengawet, dengan varian rasa yang mengadaptasi bakpia kering serta tambahan

rasa menarik dan edisi kolaborasi musiman sesuai tren pasar. Selain produk reguler tersebut, rutin dihadirkan juga produk musiman dan edisi khusus seperti bakpia kurma untuk Ramadan, roll nastar premium, dan bakpia mini sebagai camilan praktis. Diversifikasi ini menjangkau pasar lebih luas dan memperkuat posisi di industri oleh-oleh khas Yogyakarta [5], [3], [12]. Inovasi rasa meningkatkan daya tarik produk dan identitas merek. Bakpia *crispy* mendapat sambutan baik, terutama dari wisatawan yang mencari variasi baru. [13] menyatakan bahwa inovasi produk sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya melalui promosi digital seperti Instagram. Namun, menurut [11] inovasi harus disertai pemahaman pasar dan konsistensi mutu. Strategi PT Bakpia Juwara Satoe dinilai efektif karena berbasis riset tren dan preferensi konsumen [14], [15].



Gambar 2. Varian Rasa Bakpia Basah Juwara Satoe



Gambar 3. Varian Rasa Bakpia Kering Juwara Satoe



Gambar 4. Varian Rasa Bakpia Crispy Juwara Satoe

Dalam aspek kemasan modern dan peranannya dalam pemasaran serta daya saing, kemasan menjadi aspek penting dalam daya saing produk PT Bakpia Juwara Satoe. Mereka menggunakan kemasan vakum modern untuk menjaga kesegaran dan masa simpan tanpa bahan pengawet kimia [4], [9]. Desainnya menarik, modern, dan sesuai tren pasar serta *e-commerce* [5], [8].

Bakpia kering dikemas dalam kotak putih dengan aksen warna cerah seperti merah muda, oranye, dan hijau yang membedakan varian rasa, biasanya dalam kemasan berisi 10-15 buah. Sementara itu, bakpia basah dikemas vakum warna ungu untuk kesan premium dan menjaga tekstur produk selama 7-14 hari. Kemasan bakpia *crispy* dalam desain minimalis modern. Beberapa produk juga memiliki kemasan non-vakum untuk pasar lokal dengan masa simpan 4-5 hari dan edisi khusus seperti KitKat Spread disiapkan dengan kemasan eksklusif. Strategi ini meningkatkan kualitas, tampilan, dan daya saing di pasar digital. UMKM lain seperti Bakpia Ivan juga menggunakan visual kreatif. Studi [6] menyebut kemasan menarik memperluas pemasaran digital dan membentuk citra profesional. Kemasan vakum mendukung penjualan daring jarak jauh [10], [16], hal ini memperkuat *branding* sebagai UMKM adaptif.

Desain kemasan menjadi alat promosi efektif yang menciptakan persepsi dan meningkatkan keputusan pembelian. Kemasan yang memiliki warna, bentuk, serta elemen grafis yang menarik mampu menanamkan kesan mendalam dan membedakan produk di pasaran [17].

Hasil pengabdian [3] menekankan pentingnya inovasi produk dan manajemen usaha untuk meningkatkan daya saing UMKM. Ini sejalan dengan strategi PT Bakpia Juwara Satoe melalui rasa, kemasan, efisiensi produk, dan adaptasi tren pasar.



Gambar 5. Kemasan Vakum Modern PT Bakpia Juwara Satoe

Pengaruh proses produksi dan inovasi produk terhadap pengembangan UMKM terlihat dari bagaimana PT Bakpia Juwara Satoe berhasil memadukan teknologi modern dengan inovasi kemasan untuk memperkuat posisinya di pasar kuliner. Mekanisme produksi meningkatkan kapasitas dan menjaga mutu, misalnya dengan mesin pengaduk otomatis dan oven gas LPG yang memungkinkan memproduksi ribuan bakpia per hari [4], [18]. Hal ini mengurangi ketergantungan tenaga kerja, menekan biaya, dan meningkatkan efisiensi [16]. Studi di Bakpia Srimpi juga menunjukkan mekanisasi pengadukan meningkatkan produktifitas hingga 30% tanpa menurunkan kualitas [16].

Inovasi varian rasa serta kemasan vakum modern membuka pasar nasional dan internasional [5], [8], [12]. Kualitas produk menjadi faktor paling signifikan bagi performa UKM [11].

Meskipun pengabdian ini tidak melibatkan pelatihan langsung, praktik efisien dan inovatif menunjukkan motivasi internal pelaku usaha sebagai penggerak utama [2]. Penggunaan mesin pengaduk, oven, gas LPG, dan pengemas vakum membuktikan kemampuan adaptasi UMKM terhadap teknologi [4].

Secara keseluruhan, integrasi, teknologi, inovasi dan peningkatan SDM oleh PT Bakpia Juwara Satoe menghasilkan model UMKM kuliner tradisional yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan, menjaga nilai tradisi serta pertumbuhan usaha di tengah persaingan pasar global.

SIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat di PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta menunjukkan bahwa pengembangan UMKM kuliner tradisional dapat tercapai secara optimal melalui sinergi antara teknologi produksi modern, inovasi produk, dan strategi manajemen yang adaptif. PT Bakpia Juwara Satoe berhasil mempertahankan identitas kuliner yang secara signifikan meningkatkan efisiensi, kapasitas produksi, serta konsistensi mutu tanpa menghilangkan cita rasa khas Yogyakarta. Inovasi produk menjadi salah satu kekuatan utama yang dimiliki perusahaan, dengan peluncuran berbagai varian bakpia kering, basah, dan *crispy* yang disesuaikan dengan selera konsumen masa kini, termasuk varian musiman dan kolaboratif seperti KitKat Spread. Beberapa produk yang dikemas menggunakan teknologi vakum tidak hanya mampu menjaga kesegaran dan memperpanjang masa simpan tanpa tambahan bahan pengawet, tetapi juga dikemas dengan desain visual yang menarik. Warna kemasan yang khas untuk setiap varian rasa menjadi strategi yang efektif dalam membedakan produk yang satu dengan lainnya. Pendekatan inovatif ini terbukti berhasil memperluas jangkauan pasar, menarik perhatian wisatawan dan konsumen, serta memperkuat citra merek sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta. Dengan tetap menjaga kualitas, mempertahankan rasa yang autentik dan menghadirkan inovasi yang responsif terhadap perkembangan pasar, PT Bakpia Juwara Satoe mampu menjadi contoh UMKM kuliner berkelanjutan yang mampu bersaing di pasaran lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada PT Bakpia Juwara Satoe atas sambutan hangat dan kesempatan yang diberikan untuk melakukan kunjungan langsung dalam kegiatan *company visit*. Kami mengapresiasi keterbukaan perusahaan dalam berbagai pengetahuan terkait proses produksi dan strategi inovasi

produk. Pengalaman ini sangat memperkaya wawasan kami mengenai pengembangan UMKM kuliner tradisional yang adaptif dan berdaya saing. Kami juga berterimakasih kepada Kampus Pendidikan Nasional Denpasar atas dukungan dan fasilitas kegiatan ini sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat. Dukungan ini mempererat hubungan dunia akademik dan industri, serta mendorong pembelajaran kontekstual yang bermakna bagi mahasiswa. Semoga kegiatan ini memberi manfaat optimal bagi kedua belah pihak dan menjadi awal kolaborasi yang lebih luas ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. P. S. (BPS), *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021. [Online]. Available: <https://share.google/Bcw5BoRc8yEzrd0U5>
- [2] Darman, W. I. S. Mooduto, A. Rachman, and T. Dunggio, "Pemberdayaan UMKM 'Motivasi dan Inovasi Dalam Strategi Pemasaran,'" *Communnity Dev. J.*, vol. 5, no. 5, pp. 8674–8679, 2024.
- [3] K. Manendha, M. K.; Novitasari, D.; Firdarini, K. C.; Azzahra, D.; Sugiarti, "Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing," *J. BUDIMAS*, vol. Vol. 6, no. 3, p. Hal. 10, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/download/15285/6127/49194>
- [4] I. W. Jayati, K. E., Sunia, "Pelatihan dan Pendampingan untuk Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia dan Inovasi Produk di PT Bakpia Juwara Satoe," *J. Abdimas Kartika Wijayakusuma*, vol. 6, no. 2, pp. 824–831, Jun. 2025, doi: 10.26874/jakw.v6i2.628.
- [5] I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari and Made Dwi Kanaka Sarahswati, "INOvasi Produk Dan Branding Dalam

- Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan Ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta,” *Abdi Satya Dharma*, vol. 2, no. 2, Dec. 2024, doi: 10.55822/absd.v2i2.573.
- [6] Rosalia Prismarini Nurdiarti, Astri Wulandari, and Mutaqin Akbar, “Peningkatan Manajemen Usaha Berbasis Creative Packaging Pada Umkm ‘Bakpia Ivan’ Di Desa Janten, Yogyakarta,” *J. Pengabdi. UntukMu NegeRI*, vol. 3, no. 2, pp. 127–133, 2019, doi: 10.37859/jpumri.v3i2.1448.
- [7] S. Ardi, H. A.; Samsiah, S.; Busyro, W.; Sandri, S. H.; Misral, M.; Rahmayanti, “Pemberdayaan Usaha Masyarakat Melalui Branding Produk,” *J. Pengabdi. UntukMu NegeRI*, vol. 1, no. 2, pp. 55–60, 2017, doi: 10.37859/jpumri.v1i2.236.
- [8] G. Wahyamaya, M. H. Areta, Z. Uqaffi, and ..., “Pengembangan Konsep Pr Package Bakpia Kukus Khas Yogyakarta,” *Desain dan Apl. Bisnis Teknol.*, vol. 7, no. April, pp. 241–247, 2024, [Online]. Available: <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/814>
- [9] E. Halimatus, A. Septianingsih, D. Mukhreza, and N. Wulan, “Literatur Review : Pemilihan Kemasan Yang Tepat Untuk Bakpia Dalam Menjaga Kualitas Dan Daya Tarik Produk Tradisional Literature Review : Choosing the Right Packaging for Bakpia to Maintain the Quality and Appeal of Traditional Products,” vol. 4, no. 6, pp. 3466–3478, 2025.
- [10] Bakpiajuwarasatoe.com, “PT Bakpia Juwara Satoe, ‘Beranda,’ Bakpia Juwara Satoe.” Accessed: Jul. 25, 2025. [Online]. Available: <https://bakpiajuwarasatoe.com/>
- [11] J. Anderson and N. Hidayah, “Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM,” *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 185–194, 2023, doi: 10.24912/jmk.v5i1.22566.
- [12] A. Mukhlis, K. Khaeruman, S. Suflani, and I. S. Lesmana, “Strategi Pengembangan Kapasitas Produksi Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Serang,” *Indones. J. Econ. Business, Entrep. Financ.*, vol. 4, no. 1, pp. 230–237, 2024, doi: 10.53067/ijebef.v4i1.154.
- [13] E. Yuliana and I. Handaruwati, “Pengaruh Konten Food Vlogger, Promosi Instagram, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Juwara Satoe Solo,” *HUMANIS J. Ilmu-Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 17, no. 1, pp. 20–30, 2025.
- [14] B. Surani, Al Haq Kamal, Febrian Wahyu Wibowo, and Baiq Ismiati, “Pengaruh Sertifikat Halal, Kualitas Produk Dan Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan UMKM Bakpia Di Kota Yogyakarta,” *PESHUM J. Pendidikan, Sos. dan Hum.*, vol. 4, no. 3, pp. 3846–3858, 2025, doi: 10.56799/peshum.v4i3.8206.
- [15] R. Susanti and R. W. Damayanti, “Pengaruh harga, produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian bakpia juwara satoe di yogyakarta,” *J. Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 298–314, 2024, doi: <https://doi.org/10.62017/jemb>.
- [16] S. Sutrisna, D. Rudy Hartana, R. Muhfidin, and A. Jehatu, “Mekanisasi Proses Pengadukan Isi Adonan Bakpia Untuk Meningkatkan Produktivitas ‘Ukm Bakpia Srimpi,’” *Mitra Akad. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 6, no. 2, pp. 355–359, 2023, doi: 10.32722/mapnj.v6i2.5789.
- [17] S. Pratama, O. Aditywan, and A. Fathurrizky, “Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional,” *J. Kaji. Pariwisata*, vol. 5, no. 1, pp. 11–19, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.108>

- [18] M. Herry Tampubolon, Sigit, “Peningkatan Kapasitas Produksi Dengan Mesin Teknologi Tepat Guna Pembuatan Kue Bakpia Untuk Ukm Di Surabaya,” *J. Pengabdi. Masy. dan Inov. Teknol.*, vol. 01, no. 01, pp. 1–6, 2022.