

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA BAY TAT FADLY MELALUI STUDI TIRU PADA BAKPIA JUWARA SATOE

Lidia Oktavia¹⁾; Dela Tri Apida²⁾; Isnaini Hartati³⁾; Muhamad Zikri Fadly⁴⁾; Veny Puspita⁵⁾;

Universita Prof. Dr. Hazairin S.H, Bengkulu, Indonesia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin S.H, Bengkulu, Indonesia

Email: lidiaoktavia077@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [18 Mei 2026]

Revised [15 Juni 2026]

Accepted [07 Juli 2026]

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license



ABSTRAK

Usaha Bay Tat Fadly merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang produksi kue tradisional khas Bengkulu yang menghadapi tantangan dalam pengembangan usaha, meliputi keterbatasan inovasi produk, manajemen produksi, strategi pemasaran, serta pengelolaan usaha secara menyeluruh. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pengembangan usaha Bay Tat Fadly melalui pembelajaran langsung dengan mengadopsi praktik terbaik dari usaha bakpia yang telah berhasil berkembang secara signifikan. Metode yang digunakan adalah studi tiru, yaitu kunjungan langsung ke Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta untuk mengamati dan mempelajari sistem produksi, pengemasan produk, manajemen kualitas, serta strategi pemasaran yang telah terbukti berhasil. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemilik usaha memperoleh wawasan baru terkait standarisasi proses produksi, inovasi kemasan yang menarik dan higienis, serta pengelolaan pemasaran berbasis digital. Pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dari studi tiru tersebut kemudian diterapkan pada usaha Bay Tat Fadly sehingga berdampak pada peningkatan kualitas produk, daya saing usaha, dan perluasan jangkauan pasar. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan studi tiru efektif sebagai strategi pendampingan usaha kecil dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Bay Tat, pengembangan usaha, studi tiru, bakpia, usaha kecil

Bay Tat Fadly is a small business engaged in the production of traditional Bengkulu cakes that faces several challenges in business development, including limited product innovation, production management, marketing strategies, and overall business management. This community service activity aimed to assist the development of Bay Tat Fadly through experiential learning by adopting best practices from a bakpia business that has achieved significant growth and success. The method employed was a benchmarking study, involving a direct visit to Bakpia Juwara Satoe in Yogyakarta to observe and learn about its production system, product packaging, quality management, and proven marketing strategies. The results of the activity indicated that the business owner gained new insights into the standardization of production processes, innovative and hygienic packaging designs, and digital marketing management practices. The knowledge and experience obtained from the benchmarking study were subsequently implemented in the Bay Tat Fadly business, resulting in improvements in product quality, business competitiveness, and market reach expansion. This activity demonstrates that the benchmarking study approach is an effective strategy for assisting small businesses in promoting business growth and sustainability.

Keywords: Benchmarking Study, Small Business Development, Traditional Food Industry, Business Sustainability, Digital Marketing.

I. PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berfungsi sebagai pilar fundamental dalam struktur perekonomian nasional, di mana entitas ini memiliki signifikansi strategis dalam konteks penciptaan lapangan kerja serta peningkatan taraf kesejahteraan masyarakat. Bisnis skala kecil yang bergerak di sektor pangan berbasis produk lokal memiliki peluang pengembangan yang cukup besar. Produk pangan lokal umumnya memiliki ciri khas tersendiri, baik dari segi rasa, bahan baku, maupun nilai budaya yang melekat di dalamnya. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi masyarakat dan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, penggunaan bahan baku lokal juga mampu membantu pemberdayaan masyarakat sekitar serta mendukung perekonomian daerah (Lubis & Salsabila, 2024). Salah satu entitas usaha yang membawa potensi tersebut adalah Bay Tat Fadly, yaitu sebuah unit usaha kecil yang bergerak dalam produksi bay tat, berupa kuliner tradisional khas Provinsi Bengkulu yang terbuat dari bahan dasar tepung dengan karakteristik rasa yang unik serta mengandung nilai budaya yang tinggi. Bay Tat Fadly berkedudukan di Kota Bengkulu dan dioperasikan secara independen oleh pemiliknya dengan kapasitas produksi yang masih bersifat terbatas. Unit usaha ini menghadapi beberapa *проблем* fundamental yang menjadi penghambat pertumbuhan usahanya, di antaranya keterbatasan dalam inovasi produk, belum maksimalnya penerapan standar proses produksi, packaging produk yang kurang menarik perhatian konsumen serta belum memenuhi standar higienitas yang dipersyaratkan oleh pasar modern, serta strategi pemasaran yang masih bergantung pada metode konvensional dan belum mengoptimalkan pemanfaatan platform digital secara optimal. problematika serupa juga dihadapi oleh berbagai usaha kecil yang bergerak dalam sektor pangan tradisional di berbagai wilayah Indonesia.

Pelaku usaha kecil di sektor pangan tradisional mengalami stagnasi dalam pertumbuhan usaha akibat keterbatasan pengetahuan dalam aspek manajemen produksi dan pemasaran yang lebih modern. Berbagai program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan sebelumnya menunjukkan adanya upaya-upaya serupa dalam meng'*accompagnement* usaha kecil berbasis pangan lokal (Julita et al., 2025). Program pendampingan usaha kue tradisional di wilayah Jawa Tengah dengan menerapkan metode pelatihan dan penyuluhan secara langsung di lokasi usaha, yang menghasilkan peningkatan kapasitas produksi namun belum mencakup aspek inovasi packaging dan ekspansi pangsa pasar secara signifikan. Sejalan dengan hal tersebut, Pelaksanaan pendampingan usaha makanan lokal di Provinsi Sumatera Barat melalui pendekatan transfer teknologi pengolahan, yang berhasil meningkatkan kualitas produk namun terbatas hanya pada aspek teknis produksi saja. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa metode pelatihan konvensional di lokasi usaha memiliki keterbatasan dalam memberikan perspektif baru yang lebih komprehensif kepadapara pelaku usaha kecil.

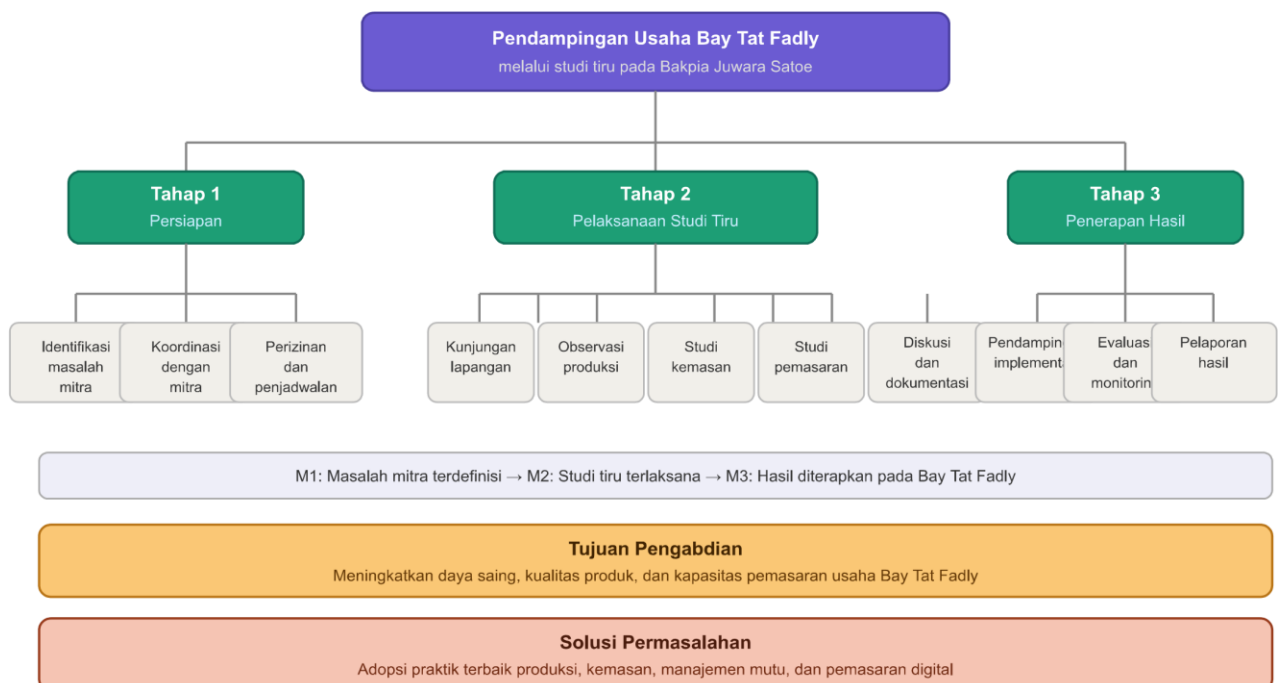
Metode studi tiru sebagai pendekatan pembelajaran yang berbasis pada kunjungan langsung terhadap mitra usaha yang telah mencapai keberhasilan belum secara luas diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada sektor usaha pangan tradisional. (Sumantri, 2025) menyatakan bahwa pembelajaran melalui pengamatan langsung terhadap praktik terbaik yang telah teruji keberhasilannya merupakan salah satu sarana paling efektif *для* mendorong perubahan perilaku wirausaha secara menyeluruh. Bakpia Juwara Satoe yang berkedudukan di Yogyakarta *представляет собой* salah satu contoh usaha pangan tradisional yang telah berhasil bertransformasi dari unit usaha berskala kecil menjadi usaha yang memiliki daya saing tinggi, melalui implementasi inovasi produk, standarisasi proses produksi, pengemasan modern, dan strategi pemasaran digital yang terstruktur (Bakpia Juwara Satoe, 2022). Keberhasilan tersebut menjadikan Bakpia Juwara Satoe sebagai point of reference yang relevan dan inspiratif bagi pengembangan usaha Bay Tat Fadly. Berdasarkan identifikasi *проблема* dan kesenjangan yang telah diuraikan sebelumnya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan untuk pendamping pengembangan usaha Bay Tat Fadly melalui metode studi tiru terhadap Bakpia Juwara Satoe. Melalui kegiatan ini, diharapkan pemilik usaha dapat memperoleh wawasan langsung mengenai praktik terbaik dalam aspek pengelolaan produksi, inovasi pengemasan, manajemen mutu, serta strategi pemasaran yang selanjutnya dapat diadaptasi dan diterapkan pada usaha

Bay Tat Fadly guna penguatan daya saing, perluasan jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

II. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahap utama yang saling berkaitan, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan studi tiru, dan tahap penerapan hasil. Kegiatan ini melibatkan 10 orang peserta yang terdiri atas pemilik usaha, pengelola, serta karyawan usaha Bay Tat Fadly yang secara aktif berpartisipasi dalam proses produksi dan pemasaran. Partisipasi seluruh peserta dirancang sedemikian rupa agar transfer pengetahuan dan pengalaman dari kegiatan studi dapat memberikan dampak yang menyeluruh terhadap operasional usaha. Hubungan antara tujuan, tahapan, dan aktivitas pengabdian secara detail dapat dilihat pada Gambar 1.

KERANGKA BERFIKIR



Gambar 1. *Work breakdown structure* Pengabdian kepada Masyarakat

TAHAP 1: PERSIAPAN — IDENTIFIKASI MASALAH DAN KOORDINASI

A. Identifikasi Masalah Mitra

Tahap persiapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan kegiatan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha. Tim pengabdi melakukan wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pemilik usaha Bay Tat Fadly sebagai metode utama untuk menggali berbagai informasi relevan. Melalui wawancara tersebut, tim berhasil memperoleh gambaran komprehensif mengenai kondisi aktual usaha, berbagai tantangan yang dihadapi, serta harapan dan kebutuhan mitra dalam upaya pengembangan usaha ke depan. Sebagai pelengkap wawancara, tim pengabdi juga melakukan observasi langsung di lokasi produksi. Pengamatan ini mencakup beberapa aspek krusial, meliputi proses produksi yang berjalan, kondisi peralatan yang digunakan, penerapan standar kebersihan di area kerja, tampilan kemasan produk, serta strategi pemasaran yang kini dijalankan.

Pendekatan triangulasi data ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh dan akurat mengenai permasalahan yang perlu ditangani (Miles, Huberman & Saldaña, 2014).

B. Analisis Kondisi Usaha

Setelah proses identifikasi masalah selesai dilaksanakan, tim pengabdian melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan menggunakan metode Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT). Analisis SWOT memungkinkan tim untuk mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang pasar yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang perlu diwaspadai secara komprehensif (Kusumaningrum et al., 2024). Hasil analisis SWOT kemudian menjadi acuan dalam penyusunan agenda studi tiru yang terstruktur dan terarah.

C. Koordinasi dengan Mitra Studi

Sebagai tahap lanjutan, tim pengabdian melakukan koordinasi secara intensif dengan pihak Bakpia Juwara Satoe untuk membahas rencana pelaksanaan kunjungan studi tiru. Koordinasi dilakukan melalui dua jalur utama, yaitu komunikasi daring untuk pembahasan awal serta kunjungan awal ke lokasi mitra untuk memastikan kesiapan sarana dan prasarana. Tahap persiapan ini juga meliputi penyelesaian perizinan resmi dari institusi pengabdian, penjadwalan seluruh rangkaian kegiatan, serta penyusunan instrumen observasi dan panduan diskusi yang akan digunakan selama pelaksanaan studi tiru.

TAHAP 2: PELAKSANAAN STUDI TIRU

Studi tiru merupakan metode pembelajaran berbasis kunjungan langsung (benchmarking) kepada mitra usaha yang telah berhasil menerapkan praktik usaha secara optimal. Metode ini bertujuan untuk memungkinkan peserta mengamati secara langsung, mendokumentasikan, serta memahami berbagai praktik terbaik (best practice) yang berpotensi untuk diadaptasi sesuai dengan kondisi usaha masing-masing (Camp, 1989).

Pada tahap ini, tim pengabdian bersama dengan 10 audiens dari usaha Bay Tat Fadly melakukan kunjungan langsung ke Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta. Keikutsertaan seluruh audiens secara langsung dalam kunjungan ini dimaksudkan agar setiap individu memiliki kesempatan yang merata untuk memperoleh pengalaman serta wawasan yang sama. Pelaksanaan studi mencakup lima aktivitas utama sebagai berikut:

1. Kunjungan Lapangan: Orientasi umum terhadap fasilitas produksi, alur kerja operasional, serta tata letak (layout) area kerja secara komprehensif.
2. Observasi Produksi: Pengamatan langsung terhadap penerapan standarisasi proses produksi, penerapan sistem pengendalian mutu (quality control), serta pencapaian efisiensi produksi.
3. Studi Kemasan: Pembelajaran mengenai desain kemasan yang menarik, pemilihan bahan kemasan yang tepat, serta aspek higienitas dan daya tarik pasar.
4. Studi Pemasaran: Pemahaman terhadap strategi distribusi yang efektif, pemanfaatan berbagai platform digital secara optimal, serta pengelolaan hubungan pelanggan (Customer Relationship Management — CRM).
5. Diskusi dan Dokumentasi: Pelaksanaan sesi tanya jawab langsung antara 10 audiens bersama pengelola Bakpia Juwara Satoe, yang dilanjutkan dengan pencatatan menyeluruh terhadap seluruh temuan sebagai bahan pembelajaran lanjutan.

Tabel 1. Sumber Daya Pengabdian kepada Masyarakat

NO	AKTIVITAS	MANUSIA	PERANGKAT
1	Koordinasi Dengan Mitra	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Smartphone, Aplikasi Pesan
2	Perizinan Dan Penjadwalan	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Surat Izin, Smartphone
3	Kunjungan Lapangan	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Kamera, Alat Tulis
4	Observasi Produksi	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Kamera, Lembar Observasi
5	Studi Kemasan	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Kamera, Lembar Catatan
6	Studi Pemasaran	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Smartphone, Lembar Catatan
7	Diskusi Dan Dokumentasi	Tim Pengabdi, 10 Audiens, Narasumber	Perekam Suara, Kamera
8	Pendampingan Implementasi	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Modul Pendampingan
9	Evaluasi Dan Monitoring	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Lembar Evaluasi, Kamera
10	Pelaporan Hasil	Tim Pengabdi, 10 Audiens	Laptop, Perangkat Lunak Pengolah Kata

TAHAP 3: PENERAPAN HASIL

Setelah studi selesai dilaksanakan, tim pengabdi berkomitmen untuk mendampingi seluruh 10 audiens dalam adaptasi dan penerapan pengetahuan yang diperoleh pada kegiatan usaha Bay Tat Fadly. Pendampingan ini dirancang secara sistematis agar ilmu baru yang telah dipelajari dapat diintegrasikan secara optimal ke dalam operasional usaha. Aktivitas utama pada tahap penerapan meliputi tiga kegiatan kunci, yakni:

1. Pendampingan Implementasi: Tim pengabdi memberikan bantuan teknis kepada seluruh audiens dalam menerapkan praktik-praktik usaha yang relevan, mencakup adaptasi sistem produksi dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.
2. Evaluasi dan Monitoring: Pelaksanaan penilaian secara berkala untuk mengukur sejauh mana perubahan yang diterapkan memberikan dampak positif terhadap kualitas produk dan kinerja usaha secara keseluruhan.
3. Pelaporan Hasil: Penyusunan dokumentasi menyeluruh yang mencakup seluruh rangkaian kegiatan, berbagai temuan penting, pencapaian yang diraih, serta rekomendasi pengembangan usaha lanjutan.

Capaian utama program pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

M1: Teridentifikasinya permasalahan utama usaha Bay Tat Fadly meliputi aspek produksi, kemasan, pemasaran, dan manajemen usaha melalui kegiatan observasi dan wawancara mendalam.

M2: Terealisasinya kegiatan studi tiru ke Bakpia Juwara Satoe yang diikuti oleh tim pengabdi dan 10 audiens sebagai sarana pembelajaran langsung mengenai praktik usaha modern.

M3: Terlaksananya penerapan hasil pembelajaran pada usaha Bay Tat Fadly melalui inovasi kemasan, perbaikan standar produksi, dan penerapan pemasaran digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Aktivitas



Kegiatan pkl bakpia jowara satoe

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui metode studi tiru (comparative study) terhadap Usaha Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta, sebagai bentuk pembelajaran langsung dalam upaya pengembangan usaha pangan tradisional. Seluruh rangkaian kegiatan melibatkan 10 audiens yang terdiri dari pemilik usaha, pengelola, serta karyawan usaha Bay Tat Fadly. Program ini digagas dengan tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai aspek pengelolaan usaha secara keseluruhan, inovasi produk, strategi pengemasan, serta pendekatan pemasaran modern yang relevan dan dapat diadaptasi pada usaha Bay Tat Fadly.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan tahap persiapan yang mencakup identifikasi permasalahan usaha serta koordinasi yang intensif bersama seluruh peserta. Tahap identifikasi permasalahan menghasilkan pemetaan komprehensif mencakup empat aspek utama, yaitu produksi, kemasan, pemasaran, dan sistem manajemen usaha. Hasil pemetaan ini kemudian menjadi landasan dalam penyusunan agenda studi tiru yang terstruktur dan terarah.

Setelah tahap persiapan selesai, kesepuluh audiens melaksanakan kunjungan studi tiru ke Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta. Pada tahap ini, peserta melakukan observasi langsung terhadap proses produksi, sistem pengemasan produk, strategi pemasaran digital, serta manajemen operasional usaha. Antusiasme peserta selama kunjungan berlangsung sangat tinggi, yang ditandai dengan keaktifan partisipasi dalam sesi diskusi dan tanya jawab bersama narasumber dari Bakpia Juwara Satoe. yang dimaksud dalam materi ininyang bia yang dikethi apa aj yang terjadi sam kehiupaa

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam wawasan dan keterampilan peserta dalam mengelola usaha. Mitra mulai menerapkan inovasi kemasan yang lebih menarik dengan desain yang mencerminkan identitas produk lokal Bengkulu, memperbaiki standar produksi agar lebih teratur dan higienis, serta mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk secara aktif. Hal ini sejalan dengan temuan Wibowo dan Arifin (2020) yang menyatakan bahwa exposure langsung terhadap praktik usaha yang berhasil mampu mempercepat adopsi inovasi pada UMKM pangan tradisional.

Tabel 2. Hasil Aktivitas Pengabdian kepada Masyarakat

NO	AKTIVITAS KEGIATAN	KETERLIBATAN 10 AUDIENS	HASIL KEGIATAN
1	Identifikasi masalah usaha	10 audiens mengikuti wawancara dan diskusi mendalam bersama tim pengabdian	Permasalahan usaha berhasil dipetakan secara komprehensif
2	Koordinasi kegiatan	10 audiens mengikuti pengarahan dan briefing kegiatan	Peserta memahami tujuan dan alur kegiatan secara menyeluruh
3	Kunjungan studi tiru	10 audiens mengikuti kunjungan langsung ke Bakpia Juwara Satoe	Peserta memperoleh pengalaman dan wawasan langsung dari lapangan
4	Observasi proses produksi	10 audiens melakukan pengamatan produksi secara langsung	Peserta memahami standar produksi modern yang higienis dan terstandar
5	Studi kemasan produk	10 audiens mempelajari desain kemasan yang digunakan	Muncul ide inovasi kemasan produk yang lebih menarik dan kompetitif
6	Studi pemasaran digital	10 audiens mengikuti pembelajaran strategi pemasaran	Peserta memahami konsep dan praktik pemasaran berbasis digital
7	Diskusi dan tanya jawab	10 audiens aktif berdiskusi dengan narasumber ahli	Pengetahuan dan wawasan peserta meningkat secara signifikan
8	Pendampingan implementasi	10 audiens mengikuti pendampingan usaha secara intensif	Terjadi penerapan nyata hasil studi tiru pada usaha Bay Tat Fadly
9	Evaluasi kegiatan	10 audiens mengikuti evaluasi program secara menyeluruh	Diketahui peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta
10	Monitoring perkembangan usaha	10 audiens terlibat aktif dalam tindak lanjut kegiatan	Terjadi peningkatan kualitas dan daya saing usaha secara terukur

2. Penyelesaian Masalah

Berdasarkan pemetaan permasalahan yang telah dilakukan pada tahap identifikasi, berikut adalah solusi yang diterapkan melalui kegiatan studi tiru beserta hasil yang berhasil dicapai oleh mitra usaha Bay Tat Fadly:

Tabel 3. Penyelesaian Masalah Mitra

PERMASALAHAN MITRA	SOLUSI MELALUI STUDI TIRU	HASIL YANG DICAPAI
Kemasan produk kurang menarik dan tidak higienis	Studi kemasan modern secara langsung di Bakpia Juwara Satoe; diskusi dengan tim desain mitra	Kemasan produk Bay Tat Fadly menjadi lebih menarik, higienis, dan kompetitif di pasar
Pemasaran masih konvensional dan jangkauan terbatas	Pembelajaran strategi pemasaran digital dan media sosial dari praktisi Bakpia Juwara Satoe	Mitra mulai aktif menggunakan media sosial (Instagram, WhatsApp) sebagai sarana promosi digital
Standar produksi belum optimal dan tidak konsisten	Observasi langsung proses produksi modern yang terstandar di Bakpia Juwara Satoe	Produksi menjadi lebih teratur, konsisten, higienis, dan memenuhi standar kualitas pasar

Kurangnya inovasi produk dan variasi rasa	Diskusi intensif dan pendampingan inovasi produk bersama tim usaha Bakpia Juwara Satoe	Muncul ide dan rencana pengembangan varian produk baru yang sesuai selera pasar lokal
Rendahnya daya saing dan kepercayaan konsumen	Pendampingan implementasi hasil studi tiru secara menyeluruh dan berkelanjutan	Daya saing usaha meningkat; kepercayaan konsumen terhadap produk Bay Tat Fadly bertumbuh

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa seluruh 10 audiens mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan terkait pengelolaan usaha secara keseluruhan, inovasi sistem pengemasan, penerapan standar produksi yang optimal, serta strategi pemasaran berbasis digital. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Nugraha dkk. (2021) yang menegaskan bahwa pendampingan berbasis experiential learning mampu menghasilkan perubahan perilaku usaha yang lebih nyata dan berkelanjutan dibandingkan metode pelatihan konvensional.

Perubahan positif yang terjadi pada usaha Bay Tat Fadly setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung membuktikan bahwa metode studi tiru (comparative study) efektif digunakan sebagai pendekatan pendampingan UMKM. Metode ini memberikan pengalaman belajar secara langsung, praktis, dan kontekstual kepada para pelaku usaha (Kolb, 1984). Temuan ini juga mengindikasikan bahwa pembelajaran berbasis praktik lapangan mampu mempercepat proses adaptasi dan inovasi usaha pada sektor UMKM pangan tradisional, sejalan dengan konsep experiential learning yang dikemukakan oleh Dewey (1938) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Kolb (1984).

Dari sisi pemasaran digital, penerapan strategi media sosial yang dipelajari dari Bakpia Juwara Satoe terbukti relevan untuk konteks usaha Bay Tat Fadly. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran digital melalui media sosial merupakan salah satu instrumen paling efektif untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau, khususnya bagi usaha kecil dan menengah. Sementara itu, dari sisi inovasi kemasan, Klimchuk dan Krasovec (2013) menjelaskan bahwa desain kemasan yang fungsional sekaligus estetis berkontribusi signifikan terhadap persepsi nilai produk di mata konsumen dan pada akhirnya berdampak terhadap keputusan pembelian.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui metode studi tiru (comparative study) ke Bakpia Juwara Satoe di Yogyakarta berhasil memberikan dampak positif yang terukur terhadap pengembangan usaha Bay Tat Fadly. Beberapa kesimpulan utama yang dapat ditarik dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Pertama, metode studi tiru terbukti efektif dijadikan sebagai pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman langsung bagi pelaku UMKM, yang mengintegrasikan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik dalam satu kegiatan yang holistik dan bermakna.

Kedua, kesepuluh audiens memperoleh wawasan baru yang substansial mengenai standarisasi produksi, inovasi sistem pengemasan, serta strategi pemasaran digital yang secara langsung dapat diadaptasi dan diterapkan pada konteks usaha Bay Tat Fadly.

Ketiga, kegiatan ini berhasil mendorong terjadinya perubahan perilaku usaha yang nyata, yang ditandai dengan inisiatif pemilik usaha dalam mendokumentasikan proses produksi secara tertulis, mengevaluasi ulang desain kemasan produk, serta mengaktifkan pemasaran melalui platform media sosial.

Keempat, pendampingan melalui metode studi tiru terbukti mampu meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri (self-efficacy) pelaku usaha dalam menghadapi tantangan persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian serta evaluasi yang telah dilaksanakan, beberapa rekomendasi strategis diajukan untuk mendukung pengembangan usaha Bay Tat Fadly secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Pertama, diperlukan penguatan strategi pemasaran digital yang lebih intensif dan terencana secara sistematis. Strategi ini mencakup upaya konten kreatif yang konsisten dan berkualitas, pemanfaatan optimal berbagai fitur pemasaran yang tersedia di platform media sosial, serta eksplorasi marketplace daring sebagai kanal distribusi tambahan yang potensial.

Kedua, inovasi produk perlu dilaksanakan secara berkelanjutan sebagai respons terhadap dinamika-selera konsumen yang terus berkembang pesat. Pengembangan varian rasa baru, peluncuran produk dalam kemasan gift box premium, serta создание produk edisi terbatas dapat menjadi strategi efektif untuk menarik segmen konsumen yang lebih beragam, wisatawan dan konsumen Generasi Milenial yang memiliki daya beli tinggi.

Ketiga, pendampingan kepada pelaku UMKM perlu dilaksanakan secara berkesinambungan dan tidak berhenti hanya pada satu kali kegiatan program pengabdian. Diperlukan program pendampingan lanjutan yang terstruktur secara menyeluruh, mencakup pelatihan manajemen keuangan yang sederhana namun aplikatif, pengurusan pendaftaran sertifikasi halal dan izin edar dari BPOM, serta fasilitasi akses pembiayaan usaha melalui lembaga keuangan yang tepat dan terpercaya.

Keempat, kerja sama sinergis antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha perlu diperkuat guna menciptakan ekosistem pendukung yang komprehensif bagi pengembangan UMKM pangan tradisional secara berkelanjutan. Metode studi tiru sebagai pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman langsung perlu dijadikan sebagai pendekatan andal dalam program-program pengembangan kapasitas UMKM di wilayah masing-masing.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Prof. Dr. Hazairin S.H (unihaz) Bengkulu atas dukungan kelembagaan dan fasilitasi akademis yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi yang tulus juga disampaikan kepada pemilik dan seluruh karyawan Usaha Bay Tat Fadly atas kepercayaan, keterbukaan, dan partisipasi aktifnya selama kegiatan pendampingan berlangsung. Ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya disampaikan pula kepada manajemen dan seluruh staf Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta yang telah memberikan izin, menyambut dengan hangat, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman berharga selama pelaksanaan studi tiru. Tidak lupa, penghargaan yang sebesar-besarnya disampaikan kepada seluruh 10 peserta kegiatan atas antusiasme, kesungguhan, dan keterlibatan aktif yang sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Julita, J., Iznillah, M. L., Andini, F. K., & Hermendra, H. (2025). Manajemen Produksi dan Pengembangan Usaha Wirausaha Desa Sektor Kuliner. CV Eureka Media Aksara.

- Kusumaningrum, H., Husna, M., & Anindiya, C. (2024). Analisis Swot Sebagai Upaya Peningkatan Evaluasi Internal Lingkungan Perusahaan Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *Al-Faiza: Journal Of Islamic Education Studies*, 2(2), 137–147.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam meningkatkan pembangunan eLubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen. MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110.
- Sumantri, D. (2025). *MEMBANGUN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN Panduan Praktis Untuk Pemula*.
- Nugraha, R. K., Santoso, B., & Wahyuni, T. (2021). Efektivitas experiential learning dalam pendampingan UMKM pangan tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(1), 55–70.
- Kurniawan, A., Rahmat, B., & Putri, S. (2020). Transfer teknologi pengolahan pangan lokal sebagai strategi pendampingan UMKM di Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 78–89.
- Wibowo, A., & Arifin, Z. (2020). Percepatan adopsi inovasi pada UMKM pangan melalui benchmarking dan studi banding. *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, 4(2), 100–115.
- Handayani, S., & Pratiwi, N. (2019). Pendampingan usaha kue tradisional melalui pelatihan produksi dan pemasaran di Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 45–56.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Laporan perkembangan UMKM Indonesia tahun 2021*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.