# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan melalui wawancara dapat diketahui bahwa sejarah atau asal usul "Bakpia Pathok 25" Bakpia adalah makanan khas Tiongkok yang bernama "*Tou Luk Pia"* yang diartikan sebagai kue pia kacang hijau. Makanan ini kemudian dibawa oleh orang Tiongkok ke Indonesia pada tahun 1948-an. Dimana bahan utama yang digunakan yaitu menggunakan minyak babi pada adonan kulit Bakpia dan dengan isian daging babi serta telur. Dikarenakan mayoritas penduduk khususnya kota Yogyakarta adalah muslim maka bahan tersebut digantikan dengan minyak sayur dan kacang hijau dengan cita rasa yang manis, yang sudah berbeda dengan cita rasa aslinya yaitu gurih.

Kwik Sun Kwok awalnya tidak langsung menetap pindah ke Yogyakarta namun beliau terlebih dahulu pindah ke Boyolali tidak banyak yang tahu maksud dan tujuan beliau ke Boyolali karena Bu jumikem salah satu saksi sejarah yang mana adalah menantu dari pak Kwik Sun Kwok menuturkan dia berada dengan keluarga Kwik Sun Kwok sejak tahun 1977, namun keberadaan budayawan kuliner bu Murdijati, bu Sri dan bu Yeni bisa lebih memperkuat sejarah peristiwa perjalanan Bakpia hingga namanya di akui sebagai kuliner khas Yogyakarta. bertransformasi menjadi isi kacang hijau dengan tipe kue basah dan kering.

Perpaduan akulturasi budaya yang terdapat di “Bakpia Pathok 25” yaitu Keberadaan Bakpia di Yogyakarta yang tidak lepas dari seorang tokoh Tiongkok yaitu Kwik Sun Kwok yang membawa Bakpia ke Indonesia lebih tepatnya ke Daerah Istimewa Yogyakarta pada awalnya Kwik Sun Kwok menyewa sebidang tanah kepada pribumi yang bernama Nitigurnito pada saat itu Kwik Sun Kwok menjual Bakpianya dijalan Suryowijayan, lambat laun Nitigurnito pun ikut membuat Bakpia, Kwik Sun Kwok pada saat masih memproduksinya hanya sedikit saja karena yang membeli masih orang yang kenal saja karena pada saat itu pun bahan baku membuat Bakpia menggunakan minyak babi, karena di Yogyakarta seluruh masyarakatnya mayoritas menganut agama Islam lalu bahannya pun diganti dengan minyak sawit.

Berdasarkan pada Analisis *SWOT* diatas, “Bakpia Pathok 25” dapat dikatakan memiliki potensi wisata gastronomi sebagai daya tarik wisata kuliner di Kota Yogyakarta, khususnya di kawasan Malioboro. Bakpia memiliki sejarah atau asal-usul yang menarik, karyawan “Bakpia Pathok 25” dapat menceritakan *storytelling* Bakpia kepada wisatawan. *Storytelling* ini membuat wisatawan menjadi penasaran dan ingin tahu mengenai sejarah ataupun filosofi dari Bakpia dan secara tidak langsung menambah pengatahuan bagi para wisatawan yang berkunjung ke “Bakpia Pathok 25”. Hal ini membuktikan para wisatawan sangat antusias mendengarkan pemaparan dari bagian umum “Bakpia Pathok 25”, ketika beliau memaparkan mengenai asal-usul Bakpia secara keseluruhan kepada wisatawan yang berkunjung, menceritakan awal-mula Bakpia dari Tiongkok sampai di Kota Yogyakarta. Bakpia pada zaman

dahulu dijadikan sebagai hidangan kudapan atau cemilan bagi para penjajah Belanda yang datang ke Kota Yogyakarta.

Sejarah atau asal-usul pada “Bakpia Pathok 25” dapat menjadi sumber atraksi wisata minat khsusus dan dapat dijadikan sebuah paket wisata bagi biro perjalanan wisata, dan dapat diketegorikan sebagai *attractive spontance* hasil ciptaan manusia yang menjadi salah satu *tourist attraction* (Vernaldi, 2021:23).

Wisatawan pun secara langsung dapat melihat dan mempraktikan membuat Bakpia dengan menggunakan metode panas kering yang terkesan mudah. Tidak ada perbedaan rasa, aroma dan warna pada Bakpia dari waktu ke waktu, sampai saat ini cita rasa Bakpia Pathok yaitu manis dan gurih yang didapat dari isian dan kulit Bakpia. Dengan mempraktikan langsung wisatawan menjadi sangat tertarik dengan Bakpia “Pathok 25”, kegiatan tersebut dapat dijadikan sebagai pengetahuan dan pengalaman baru. dan mereka juga bisa membawa pulang hasil yang dibuat. Selain mempraktikan, mereka juga dapat membelinya sebagai oleh-oleh.

Tidak hanya itu, segi aspek budaya yang dapat dirasakan wisatawan yaitu ketika Kampung Pathuk, yang merupakan kawasan penghasil Bakpia satu-satunya di Kota Yogyakarta, mengadakan acara tradisi “Merti Kirab Bakpia”. Kegiatan tersebut pertama kali diadakan pada tahun 2012, dan terakhir kali pada tahun 2019. Hal itu menjadikan acara “Merti Kirab Bakpia” dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta.

Bahan baku isian Bakpia yaitu kacang hijau didatangkan dan dibeli dari petani langsung dari Demak dan Jombang, selain itu didatangkan langsung dari penampung hasil pertanian di Surabaya. Dengan mendatangkan langsung bahan baku dari daerah pemghasil kacang hijau, maka harga bisa ditekan, dan kualitas bahan baku sudah dapat dipastikan terjamin.

Originalitas, keaslian atau kemurnian dari isi Bakpia itu sendiri sampai dengan saat ini masih tetap sama. Selain itu, penambahan rasa pada Bakpia seperti kumbu atau kacang merah, cokelat, keju, durian, *greentea*, *cappuccino*, dan ubi ungu merupakan hasil inovasi "Bakpia Pathok 25" yang membuat wisatawan menjadi tertarik dengan rasa baru tersebut.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa asal-usul atau sejarah, budaya, dan metode pembuatan "Bakpia Pathok 25" merupakan potensi yang dapat dikembangkan sebagai wisata gastronomi dan daya tarik wisata kuliner di Malioboro, Yogyakarta.

## B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat ditujukan untuk Potensi Wisata Gastronomi Bakpia Pathok Di Malioboro Yogyakarta Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner, yaitu:

**1. Pengelola Bakpia Pathok 25**

a. Pengelola "Bakpia Pathok 25" diharapkan fokus untuk mempromosikan "Bakpia Pathok 25" di seluruh daerah yang ada di Indonesia, tidak hanya di Kota Yogyakarta saja agar hal ini menjadikan "Bakpia Pathok 25" sebagai wisata gastronomi dan wisata kuliner.

b. Pengelola "Bakpia Pathok 25" diharapkan melakukan kerjasama dengan biro perjalanan yang ada di Indonesia agar bisa membuat paket wisata dengan tema "*Heritage Tour"* dengan lama tinggal ± 2 hari dan masyarakat sekitar agar mereka dapat merasakan dampak positif dari adanya sentra "Bakpia Pathok 25" dengan membuka usaha pendukung lainnya seperti rumah makan dan souvenir.

**2. Pemerintah Kota Yogyakarta**

a. Pemerintah Kota Yogyakarta khususnya Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta hendaknya lebih mempromosikan Bakpia Pathok pada setiap acara pariwisata yang diselenggarakan di kota Yogyakarta maupun di kota-kota lain di seluruh Indonesia.

b. Pemerintah Kota Yogyakarta khususnya Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mendukung segalam macam bentuk kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan tema Bakpia dalam setiap acara. Melakukan

kerjasama dengan para pemilik usaha Bakpia di seluruh Kota Yogyakarta.

**3. Peneliti Selanjutnya**

a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak sumber atau referensi terkait dengan Bakpia khususnya Bakpia Pathok dengan merek "Bakpia Pathok 25" agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan bahan acuan yang membantu segala macam jenis potensi wisata khususnya di wisata gastronomi.

c. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai penelitian terus yang terdapat didalamnya mengenai *Landscape Geografis* secara detail.

# DAFTAR PUSTAKA

## A. Buku


Aan Komariah dan Djam'an Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandug: Alfabeta. 2017.

Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta. Rineka Cipta.

Creswell, J W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih antara Lima Pendekatan*. (A. Lintang, Trans.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Faisal, Sanapiah. 2010. *Format-format penelitian sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

Murdiyastomo, H. Y. (2017). *Budaya Lokal dalam Perkembangan Pariwisata di Yogyakarta*. Yogyakarta: Ilmu Sejarah FIS UNY.

Marpaung, Happy. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

_____.2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Sanjaya, Wina. 2013. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana

Soekadijo, RG. 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai System Lingkage.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitaf dan R &D.* Bandung: Alfabeta Bandung.

_____. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitaf dan R &D.* Bandung: Alfabeta Bandung.

_____. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitaf dan R &D.* Bandung: Alfabeta Bandung.

_____. 2020. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitaf dan R &D.* Bandung: Alfabeta Bandung.

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: Rajawali Pers.

**B. Peraturan Pemerintah**

Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

**C. Jurnal**

Anam, C. (2016). Pengelolaan Home Industry Usaha Bakpia di Kabupaten Klaten. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *1*(01), 30-38. (e-ISSN: 2477- 0574; p-ISSN: 2477-3824)

Ardy Novit dan Yulihasri. 2020. Strategi Pengembangan Atraksi Pengolahan Rendang (Marandang) Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Di Kampung Rendang Kota Payakumbuh. Universitas Andalas, Padang, *Jurnal Ekonomi* 23 (2).

Aristo Christian Langi. (2019). Strategi Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Pemuda Sadar Pariwisata Di Kawasan Wisata Danau Mooat (Studi di desa Mooat Kecamatan Mooat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur), *Jurnal Jurusan Ilmu* Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi *Pemerintahan*, 3 (3).

Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, *2*(2), 40-47. ISSN 2579-4272 (printed), ISSN 2579-4280 (online)

Fitroh, S. K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *42*(2), 18-25.

Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Di Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, *15*(1).

Hartono, N. 2017. Kebijakan Pengembangan Kawasan Wisata Zona Utara Kabupaten Gunungkidul Oleh Pemerintah Daerah Melalui Objek Wisata Embung Batara Sriten.Yogyakarta. *Jurnal Civics*. 1-15.

Hermawan. H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. Jurnal Media Wisata. 15(1). 562-577.

I Nyoman Nugraha Ardana Putra. 2021. Wisata Kuliner Sate Ikan Tanjung. Mataram. *Jurnal PEPADU*, *2*(1), 107-110.

Krisnadi, A. R. (2018). Gastronomi Makanan Betawi sebagai Salah Satu Identitas Budaya Daerah. In *National Conference of Creative Industry*.

Muliani. L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata.1(1). 50-56. ISSN 2686-2042

Nugroho, S.; Nur Islami, G. and Setiaji, Y. (2021). Tourists' Motivation in Visiting nDalem Prince Joyokusuman (Gadri Resto) Yogyakarta as a Gastronomy Tourism Destination. *In Proceedings of the 1st NHI Tourism Forum - NTF, ISBN 978-989-758-495-4*, pages 37-42. DOI: 10.5220/0009319800370042

Nugroho, S. P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, *7*(1), 52-62.

Nurwitasari, A. (2015). Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Kota Bandung. *Jurnal Barista*, *2*(1).

Prabhawati, A. (2021). Upaya Indonesia Untuk Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal of Tourism and Creativity*, *5*(1), 36-44.

Prasetyo, T., & Medhiatika, N. L. M. V. (2020). Gastronomi Kuliner Peranakan Non-Halal Di Glodok, Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, *3*(1), 36-45. e-ISSN : 2620-9322

Putro, A. D. S., Akiriningsih, T., & Ermawati, K. C. (2020). Efisiensi Program Aplikasi Opera Terhadap Produktivitas Departemen Front Office Di Montigo Resort Nongsa. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, *15*(2).

Ratnasari, A. T. (2020). Ayam Lodho Dan Sego Gegog Sebagai Potensi Wisata Gastronomi Di Kabupaten Trenggalek, *Jawa Timur (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia*), 1-5.

Saeroji, A., & Wijaya, D. A. (2017). Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, *1*(1), 13-27.

Setyanto, I., Pangestuti, E. 2019. *Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 72, No. 1

Soeroso, A. and Turgarini. (2020). Culinary Versus Gastronomy (Argumentum Ad Populum Elimination. *E-Jurnal of Tourism*. 7(2), 193-204.

Turgarini, D., & Pridia Rukmini Sari, H. (2017). Gastronomy Tourism Attraction in Ternate City. 28 (Ictgtd 2016), 90–96.

World Tourism Organization. 2012. *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTO

**D. Skripsi**

Ariatama, f. (2017). *Analisa Kelayakan Komponen Daya Tarik Destinasi Wisata Pulau Kemaro* (*Doctoral Dissertation*, Politeknik Negeri Sriwijaya).

Antonius Rizki Krisnadi, "*Gastronomi Makanan Betawi Sebagai Salah Satu Identitas Budaya Daerah*", National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development, Universitas Bunda Mulia Jakarta, 5-6 September 2018, 384. 17 Retrieved from https://www.gastronomy.id/2018/12/sekjen-gapki-berbicara-dalam-seminar.html.

Azizah, N. (2021). *Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Kabupaten Sumbawa Barat (Studi Kasus Pemberdayaan Desa Mantar Sebagai Ikon Pariwisata Kabupaten Sumbawa Barat 2020)*. Universitas Muhammadiyah Mataram. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Retrieved from Cover-Bab_Iii_Nur Azizah_Nim 217130093_Ilmu Pemerintahan.Pdf

Azizah, L. N. (2018). A*jaran Dan Strategi Menjaga Eksistensi Islam Aboge Di Desa Tegal*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Retrieved from http://repo.uinsatu.ac.id/9599/5/BAB%20II.pdf

Chindrarianie, S. A. (2020). *Pengembangan Kawasan Wisata Gastronomi Desa Cigugur Girang Kecamatan Parongpong Di Kabupaten Bandung Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia). http://repository.upi.edu/60167/2/S_MIK_1600699_Chapter1.pdf

Dewi Indri Isnawati. (2019). *Identifikasi potensi dan strategi pengembangan Daya tarik wisata alam di provinsi jawa tengah*. Semarang. Universitas Negeri Semarang. Retrieved from 7111415024_Optimized.pdf

Dwiprabowo, I. (2021). *Korelasi Antara Nilai Produk Wisata dengan Kepuasan Wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka*. Yogyakarta. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA. Retrieved from Skripsi 100 responden mix.pdf

Eriyanto, D. (2018). *Bakpia Sebagai Salah Satu Identitas Budaya Yogyakarta Dalam Penyutradaraan Film Dokumenter "Bakpia" Dengan Gaya Ekspository* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta). Retrieved from http://digilib.isi.ac.id/4231/1/bab%20i.pdf

Fasian, W. (2020). *Perbedaan Masa Simpan Terhadap Kualitas Bakpia Kacang Hijau Dengan Kemasan Vakum* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma Klaten).

Retrieved from http://repository.unwidha.ac.id/2240/1/Fasian%20Fix.pdf

Fawziah, R. N. (2019). *Kudapan Colenak Sebagai Daya Tarik Gastronomi Sunda Dikota Bandung*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

Ginting, E. B. (2017). *Hubungan Tindakan Pengrajin Selama Proses Pengolahan Dengan Karakteristik Mutu Dan Tingkat Kesukaan Bakpia Di Daerah Pathuk Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta). Retrieved from http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1023/2/BAB%20II.pdf

Ida, I. (2021). *Akulturasi Budaya Pada Arsitektur Langgar Dhuwur Tegal* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto). Retrieved from Ida Istiqomah_Akulturasi Budaya pada Arsitektur Langgar Dhuwur Tegal.pdf

Ikhlasul Amal Muhammad. 2019. *A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attractioni in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta

Karina Sinthiya. (2020). *Potensi Jawadah Takir Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi Di Desa Panjalu Kabupaten Ciamis*. Universitas Pendidikan Indonesia. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. No. Daftar FPIPS: 1679/UN40.A2.8/PP/2020

Marthaputra, R. A. (2020). *Potensi Pola Perjalanan Wisata Gastronomi Di Kota Cirebon* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Rahmawati. (2020). *Akulturasi Budaya Masyarakat Kota (Studi Fenomenologi Penduduk Urban Di Keluruhan Antang Makassar)*. Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar. Retrieved from 11667-Full_Text.pdf

Sari, A. P. (2014). *Bakpia Sebagai Bentuk Akulturasi Budaya Indonesia Dan Tiongkok Di Bidang Kuliner (Studi Kasus Bakpia 29)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada). Retrieved from http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/76757

Santika, R.H. (2016). *Pengaruh Faktor Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved From https://eprints.uny.ac.id/40409/1/RINTA%20HIKMA%20SANTIKA_11511241019.pdf

Seragih, J. B. G. (2020). *Analisis Potensi Pengembangan Wisata Gastronomi Di Kabupaten Indramayu* (Doctoral dissertation, Univeritas Pendidikan Indonesia). http://repository.upi.edu/56198/3/S_MIK_1600915_Chapter%201.pdf

Sinthiya, K. (2020). *Potensi Jawadah Takir Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi Di Desa Panjalu Kabupaten Ciamis* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia), 1-7.

Taqwani, D. M. (2012). a-research.upi.edu. *Analisis Kebudayaan Gastronomi dan Tindak Tutur dalam Kajian Pragmatik Pada Film Ratatouille*, 55.

Turgarini, D. (2018). Gastronomi Sunda sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. Bandung. Universitas Gadjah Mada. Retrieved from http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/166978

Wan, Suryani. 2018. *Ananlisis Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Berbasis Heritage Tourism dan Traditional Value di Suatera Utara (Disertasi*). Universitas Sumatera Utara. Retrieved from http://reposotori.usu.ac.id/handle/123456789/13132

Wulandari, A. D. (2021). *Implementasi Pariwisata Syariah Berdasarkan Keramahan Masyarakat Sine, Fasilitas, Dan Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Pantai Sine Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Tulungagung*.

Xiaomin, C. (2017) "City of Gastronomy" of UNESCO Creative Cities Newtwork: From Internasional Criteria to Local Practice. Retrieved from http://www.ritsumei.ac.jp/acd/re/ssrc/resulp/memoir/tokusyuuugou201707/tokus yuugou201707-08.pdf

## E. ARTIKEL

Rimbawana. (2018). Sejarah Indonesia. *Pameran Suikerkultuur: Menelusuri Sejarah Pabrik Gula di Yogyakarta*, pp. https://tirto.id/pameran-suikerkultuur-menelusuri-sejarah-pabrik-gula-di-yogyakarta-dbtt.

Syofyan, A. (2019). Tribunjogja.co. *Tiga Gunungan Bakpia Dikirab pada Merti Bakpia Ngampilan 2019*, pp. https://jogja.tribunnews.com/2019/10/20/tiga-gunungan-bakpia-dikirab-pada-merti-bakpia-ngampilan-2019.

# LAMPIRAN

# LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Responden : Ahli Gatronomi

1. Bagaimana menurut anda sejarah atau asal-usul dari makanan Bakpia Pathok khas Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana budaya atau tradisi yang dimiliki pada saat sejarah makanan Bakpia Pathok itu muncul hingga saat ini?
3. Bagaimana cara pembuatan makanan Bakpia Pathok khas Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pendapat anda mengenai wisata kuliner dan wisata gastronomi?
5. Bagaimana menurut anda mengenai perbedaan antara wisata kuliner dan wisata gastronomi?
6. Apakah peran gastronomi bagi pariwisata di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta?
7. Bagaimana pendapat anda mengenai potensi wisata gastronomi khususnya Bakpia Pathok di Kota Yogyakarta?
8. Bagaimana pendapat anda mengenai cara penyajian produk yang menarik antara Bakpia Pathok 25 dengan bakpia lain yang ada di Kota Yogyakarta?

9. Apa kelebihan yang dimiliki dari adanya kegiatan wisata gastronomi di pariwisata Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta?
10. Apa kekurangan yang dimiliki dari adanya kegiatan wisata gastronomi di pariwisata Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta?
11. Apa saja ancaman yang akan timbul dari adanya kegiatan wisata gastronomi khususnya di Kota Yogyakarta?
12. Apa saja peluang yang ada saat ini untuk perkembangan wisata gastronomi Indonesia khususnya Kota Yogyakarta dimasa yang akan datang?
13. Apa upaya yang dilakukan oleh seorang ahli gastronomi dalam pengembangan potensi wisata gastronomi di Indonesia?

Responden : Penulis Kuliner Jawa dalam Serat Chentini serta Sejarawan

1. Bagaimana menurut anda sejarah atau asal-usul dari makanan Bakpia Pathok khas Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana budaya atau tradisi yang dimiliki pada saat sejarah makanan Bakpia Pathok itu muncul hingga saat ini?
3. Bagaimana cara pembuatan makanan Bakpia Pathok khas Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pendapat anda tentang wisat kuliner dan wisata gastronomi?
5. Apakah peran wisata gastronomi bagi pariwisata khususnya Kota Yogyakarta?
6. Bagaimana pendapat anda mengenai potensi wisata gastronomi khususnya bakpia dengan merk Bakpia “Pathok 25” di Kota Yogyakarta?
7. Bagaimana pendapat anda mengenai cara penyajian produk yang menarik antara bakpia “pathok 25” dengan bakpia yang lain di Kota Yogyakarta?
8. Sebetulnyakan bakpia ini bukan berasal dari Indonesia khususnya Kota Yogyakarta, bahwa bakpia ini berasal dari negeri Tiongkok, menurut bapak letak akulturasi atau perbedaan budaya seperti apa yang ada?
9. Pada zaman dahulu bakpia dijadikan sebagai camilan di Keraton Yogyakarta, mengapa demikian pak?

10. Bagaimana perjalanan bakpia dapat dikenal oleh kalangan masyarakat khususnya Kota Yogyakarta?
11. Bagaimana awal-mula acara “Merti Kirab Bakpia” ini diselenggarakan dan pada tahun berapa pertama kali diadakan?
12. Mengapa Bakpia dapat dijadikan sebagai identitas Kota Yogyakarta selain Gudeg?

Responden : Kepala Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

1. Menurut anda bagaimana sejarah atau asal-usul nama makanan khas Kota Yogyakarta yaitu Bakpia?
2. Bagaimana budaya atau tradisi yang dimiliki makanan Bakpia dari zaman sejarah hingga saat ini?
3. Bagaimana cara pembuatan Bakpia yang anda ketahui?
4. Berapa banyak jumlah merk Bakpia yang ada di pusat oleh-oleh Kota Yogyakarta dan apa yang anda ketahui tentang sentra Bakpia Pathok 25?
5. Menurut anda apakah kelebihan yang dimiliki sentra oleh-oleh Bakpia Pathok 25?
6. Menurut anda apakah kelemahan yang dimiliki sentra oleh-oleh Bakpia Pathok 25?
7. Menurut anda apakah ancaman yang dimiliki sentra oleh-oleh Bakpia Pathok 25?
8. Menurut anda apakah peluang yang dimiliki sentra oleh-oleh Bakpia Pathok 25?
9. Apakah yang anda ketahui tentang ekonomi kreatif dan wisata gastronomi?
10. Bagaimana pendapat anda mengenai ekonomi kreatif dan wisata gastronomi di Kota Yogyakarta?

11. Kebijakan atau Regulasi seperti apa yang dikeluarkan Kementerian Pariwisata Indonesia mengenai wisata gastronomi dan ekonomi kreatif?
12. Bagaimana kerja sama yang dilakukan antara Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dengan masyarakat pelaku ekonomi kreatif?
13. Apakah program dan event yang pernah diadakan dengan tema wisata gastronomi?
14. Bagaimana potensi wisata gastronomi di Kota Yogyakarta menurut anda?
15. Bagaimana potensi wisata gastronomi dari makanan khas Bakpia menurut anda?
16. Menurut anda apakah Bakpia bisa dijadikan sebagai daya tarik wisata kuliner?
17. Bagaimana partisipasi masyarakat dalam mengembangkan industry ekonomi kreatif dan wisata gastronomi?
18. Bagaimana dukungan pemerintah yang diberikan kepada pelaku ekonomi kreatif atau UMKM dalam mengembangkan sektor pariwisata daerahnya?
19. Apa harapan anda terhadap pariwisata Kota Yogyakarta, khususnya jenis wisata gastronomi?

Responden : Bagian Umum Bakpia Pathok 25

1. Bagaimana menurut anda sejarah atau asal-usul dari makanan Bakpia Pathok khas Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana budaya atau tradisi yang dimiliki pada saat sejarah makanan Bakpia Pathok itu muncul hingga saat ini?
3. Bagaimana cara pembuatan makanan Bakpia Pathok khas Kota Yogyakarta?
4. Bagaimana pendapat anda mengenai cara penyajian produk yang menarik antara bakpia pathok 25 dengan bakpia lain yang ada di Kota Yogyakarta?
5. Apakah ide yang pertama kali muncul pada saat anda membuat usaha Bakpia Pathok 25 khas Kota Yogyakarta ini?
6. Apa yang menjadi kelebihan Bakpia Pathok 25 dengan Bakpia lain yang ada di Kota Yogyakarta?
7. Apa saja kekurangan Bakpia Pathok 25 dengan Bakpia lain yang ada di Kota Yogyakarta?
8. Bagaimana menurut anda peluang yang saat ini ada dapat dikembangkan demi kemajuan usaha Bakpia Pathok 25?
9. Bagaimana pendapat anda mengenai potensi wisata khususnya Bakpia Pathok 25?
10. Bagaimana harapan anda terhadap Bakpia Pathok 25 di masa yang akan datang?

Responden : Karyawan Bakpia Pathok 25

1. Darimana anda mengenal Bakpia Pathok 25?
2. Sudah berapa lama anda bekerja di sentra Bakpia Pathok 25?
3. Bagaimana sejarah yang ada ketahui tentang Bakpia Pathok 25?
4. Bagaimana cara atau metode memasak Bakpia Pathok 25?
5. Apa saja macam rasa yang ditawarkan oleh Bakpia Pathok 25 kepada wisatawan atau pengunjung yang datang berbelanja?
6. Apa saja kelebihan yang dimiliki oleh Bakpia Pathok 25?
7. Apa saja kekurangan yang dimiliki oleh Bakpia Pathok 25?

Responden : Wisatawan Bakpia Pathok 25

1. Darimana anda mengenal Bakpia Pathok 25?
2. Bagaimana pendapat anda tentang Bakpia Pathok 25 denngan bakpia lain yang ada di Kota Yogyakarta?
3. Rasa apa sajakah yang ditawarkan oleh Bakpia Pathok 25?
4. Apa yang anda minati dari rasa-rasa yang ada di Bkapia Pathok 25 dan apa alasan anda memilih itu?
5. Apakah kelebihan yang dimiliki oleh Bakpia Pathok 25?
6. Apa saja kekurangan yang ada di Bakpia Pathok 25?
7. Sebagai perbandingan bakpia pathok 25 dengan bakpia lain yang ada di Kota Yogyakarta mana yang ada pilih dan apa alasannya?
8. Bagaimana menurut anda dengan cara pemasaran atau promosi dari Bakpia Pathik 25?
9. Apa saja menurut anda yang harus dikembangkan dari Bakpia Pathok 25?

Responden : Masyarakat Kampung Pathuk

1. Apakah yang ada ketahui tentang Bakpia khas Kota Yogyakarta?
2. Apakah anda tahu mengenai bakpia “Pathok 25” yang ada di Kota Yogyakarta?
3. Seperti apakah awal-mula perkembangan berdirinya sentra Bakpia “Pathok 25”?
4. Apakah yang mendorong masyarakat setempat dalam pengembangan sentra Bakpia “Pathok 25”?
5. Apakah masyarakat dilibatkan langsung dalam pengembangan sentra Bakpia “Pathok 25”?
6. Apakah semua masyarakat menerima manfaat dari adanya sentra Bakpia “Pathok 25”?
7. Bagaimana bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan sentra Bakpia “Pathok 25”?
8. Bagaimana dampak terhadap kehidupan masyarakat dengan adanya sentra Bakpia “Pathok25”?

Lampiran 2: Hasil Wawancara

*Key Informan 1.*

Nama : Chef Made Witara

Sebagai : Ahli Gastronomi

P: Perkenalkan saya Vivin dari STP AMPTA, mengundang chef sebagai narasumber untuk skripsi saya. Ada beberapa pertanyaan yang saya ajukan kepada chef. Sejarah atau asal usul dari nama makanan bakpia pathuk itu?

N: Kalau mengenai sejarah, apalagi sejarah asal usul, sebenarnya asal usulnya orang yang di sana, karena dia yang tahu persis. Kalau saya sebagai praktisi, penikmat bakpia, bakpia pathuk itu pertama kali ya di pathuk. Mestinya yang lebih tahu dan lebih bisa dijadikan pegangan mesti orang sana. Mungkin generasinya sudah turun temurun, tetapi generasi turunannya pasti tahu. Lebih bagus ke sana. Terus terang saya tidak mau menjawab itu, karena sejarah mereka jangan sampai terbelokkan karena pendapat saya.

P: dari gastronomi sendiri itu, punya budaya tersendiri tidak sih?

N: Pasti punya, karena kuliner itu karya budaya. Hasil bakpia pathuk sebagai hasil dari budaya mereka waktu menciptakan itu. Hasil dari pemanfaatan budi daya pertanian, misalnya kacang hijau, gula tebu, menyerap dari itu, kemudian terciptalah Bakpia Pathuk. Jadi itu sangat terkait dengan itu, karena dia bermain di ranah snack, maka pengaruhnya terhadap dunia kuliner gastronomi nggak bisa besar, karena dia makanan kecil, makanan

ringan, coba kalau itu main course, pasti lain, apalagi kalau produk-produk yang terkait dengan tradisi-tradisi pasti akan lebih besar efeknya. Saya tidak menemukan bakpia pathuk itu kemudian dikaitkan dengan tradisi masyarakat, misalnya bersih-bersih bumi harus pakai ingkung. Kan ingkung jadi gastronomi dikaitkan dengan nilai-nilai budaya setempat. Nah bakpia pathuk itu saya tidak melihat itu, menurut pendapat saya itu yang menyebabkan nilai gastronominya rendah, karena dia memanfaatkan budidaya masyarakat sehingga pasti ada kaitannya ke sana cuma kalau tidak sebesar kalau makanan yang besar.

P: Sekiranya dari bakpia sendiri, awal mulanya pembuatannya pada jaman sultan, awal mulanya pembuatan seperti apa?

N: Cara pembuatannya dari awal sampai sekarang tidak ada perubahan, tahapan-tahapan pembuatannya, tetapi yang berubah itu seiring dengan adanya perubahan teknologi, yang dulu ditumbuk pakai lesung sekarang pakai mesin giling kacang hijaunya, dulu rebus pakai dandang pakai kayu api, sekarang pakai micro wave oven. Produksi awal hanya untuk dinikmati oleh kalangan sendiri, kemudian pengembangan dari karena kita punya hasil budaya kacang hijau, punya pabrik gula, sehingga bagaimana memanfaatkan itu sehingga muncullah salah satunya adalah bakpia, kemudian itu hanya dinikmati kalangan sendiri saja sehingga produksinya tidak dalam jumlah banyak, waktu itu alat apa yang digunakan sehari-hari kayak tumbukan, ulekan, dandang, untuk membakar pakai plat seng.

Sekarang sudah pakai oven, karena tuntutan produksi yang jumlahnya besar, karena ranahnya sudah ke ranah bisnis, yang dipikirkan efisiensi. Ada perubahan dari sisi teknologi, tetapi tahapan-tahapannya tidak berubah.

P: Kalau untuk pendapat chef sendiri tentang wisata kuliner dan wisata gastronomi itu?

N: Wisata kuliner itu yang didorong itu bukan seberapa mahal makanan itu, tetapi keunikannya. Tidak perlu tempat yang mewah tetapi tempat yang unik, makanannya tidak perlu makanan yang mewah tetapi makanan yang unik hanya didapatkan di situ saja, kemudian pindah lokasi didapatkan di situ saja. Wisata kuliner itu harus menjadi kenangan, karena itu yang membuat orang menjadi repeater. Maka wisata kuliner itu harus dibarengi dengan story telling, kalau cuman makanan sayur santan macam-macam yang dinamakan lodeh yang disuguhkan terus makan itu saja, enak-enak, tapi dengan adanya story telling, kenapa harus 7 warna 7 macam sayur, itu yang dikenang yang kemudian, yang membuat orang ngangeni balik lagi, nah itu ciri khas wisata kuliner yaitu harus memorable, harus unik dan khas. Kalaupun dimana-mana ada gudeg, tapi gudeg Jogja seperti apa, punya kekhasan tersendiri. Itu yang membuat orang akan kembali. Baik itu cerita riil atau cerita rakyat saja, tidak masalah, tidak akan dicari kebenarannya. Yang penting itu bisa terkait dan bisa menjadi terkenang di pikiran orang-orang, itu yang membuat orang-orang itu makan tapi

berwisata, bukan sekedar lapar makan kenyang bukan, nah itu kenapa semua makanan harus ada story tellingnya. Nah kaitannya dengan gastronomi. Gastronomi dengan kuliner itu beda, ada sedikit perbedaan, kalau kuliner lebih terfokus bagaimana mengolah makanan itu sehat dan enak, tapi kalau gastronomi lebih mundur dia, tetapi bagaimana petani bisa menghasilkan bahan itu, ditanam dimana, bagaimana cara menanamnya, bagaimana perlakuan petani terhadap tanamannya, sehingga gastronomi menjadi lebih luas jangkauannya. Jadi ketika kuliner itu memasak kemudian menghasilkan warna makanan yang menarik, menghasilkan sajian yang menarik, ditarik ke belakang, ini dari bahan apa, siapa yang membudidayakannya, dimana dibudidayakan, ke sana gastronomi itu lebih luas.

P: Kalau untuk peran gastronomi bagi pariwisata di Indonesia, khususnya di Jogja?

N: Sangat signifikan, Jogja misalnya, kalau kita hanya mengenalkan destinasi saja, pantai, kemudian candi, dari dulu sampai sekarang candi itu tidak ada perubahan, maka kenapa pariwisata itu kemudian harus diselipkan dengan gastronomi, karena gastronomi itu berkembang, yang dulu dia ke sini belum ada ini, sekarang ada ini, dulu ke sini belum ada tempat makan ini, sekarang ada tempat makan ini, akhirnya terus ada yang baru, tidak hanya Jogja, dimanapun daerah-daerah yang pendapatan daerahnya terkonsentrasi pada pariwisata pasti gastronomi didorong, karena menjadi

salah satu daya tarik mereka untuk datang lagi. Itu yang kemudian disadari semua pemerintah daerah terutama Jogja, bagaimana kemudian disamping menciptakan destinasi destinasi baru, juga mendorong usaha-usaha kuliner tadi, harapannya usaha kuliner ini bisa digali lebih dalam bisa masuk ke ranah gastronomi, tidak sekedar tempat makan, tapi tempat orang bercengkerama, tempat orang melakukan penelitian tentag makanan itu.

P: Mengenai potensi wisata gastronomi khususnya bakpia, pendapat chef seperti apa?

N: Bakpia sebagai bagian dari wisata gastronomi, peluang itu selalu ada, cuman karena bakpia itu sebagai makanan ringan, sehingga bakpia sebagai wisata gastronomi mungkin tidak akan sebesar kalau itu makanan-makanan utama, tetapi tidak berarti tidak bisa, karena peluang bakpia sebagai wisata gastronomi mungkin sebagai pelengkap wisata gastronomi, dalam hal ini diharapkan orang berwisata itu menjadikan bakpia sebagai cinderamata, oleh-oleh, yang mana itu menjadi ciri khas orang datang ke Jogja, pulangnya bawa bakpia. Kalau mereka bawa bakpia sebagai oleh-oleh, orang sudah tahu kamu dari Jogja ya. Jadi peluangnya itu disana sebagai oleh-oleh, oleh karena itu maka packacing itu sangat penting perannya, rasa masing-masing punya penilaian sendiri-sendiri, tidak ada yang sama karena selera, tapi daya tarik pertama oleh mata, oleh karena itu packacingnya dulu yang penting, kemudian harga karena orang membeli oleh-oleh dalam jumlah yang banyak, karena dia akan membeli dalam

jumlah yang banyak maka harga perlu dibuat lebih murah sehingga orang menjadi daya belinya ada. Packaging dan harga menjadi kunci supaya bagaimana bakpia itu bisa masuk sebagai bagian dari wisata gastronomi.

P: Sekarang itu bakpia banyak macamnya, dan mereknya sudah banyak yang dikenal di kalangan wisatawan? Nah menurut pendapat chef soal penyajian atau pengemasan produk dari masing-masing bakpia itu seperti apa?

N: Kalau menurut saya, kemasan dari bakpia itu masih sama saja hanya berubah warna, tetapi tetap kotak. Daya tarik dari packaging itu dijadikan sebagai cindera mata itu, sehingga bisa menggiring opini orang bahwa ini makanan tradisional, bahwa ini dari Jogja. Bagaimana orang baru melihat packagingnya itu, orang sudah melihat itu makanan tradisional itu dari Jogja, sejauh ini belum tergarap, masih sama saja, hanya beda di tulisannya saja, bentuknya sama semua kotak.

P: Untuk kelebihan sendiri dengan adanya kegiatan wisata gastronomi di Indonesia?

N: sangat menguntungkan, menjadi peluang besar sekali bagi masyarakat secara umum karena efek dari perkembangan wisata gastronomi ini sangat luas, tidak hanya di kalangan tertentu, dari yang paling rendah sampai paling tinggi. Yang paling rendah misalnya jadi tukang parkir, tukang anterin ojek, dan yang paling tinggi yaitu yang buka usaha, tenaga profesional seperti tukang masak, guide, waiter waitres, semua bisa terlibat

kan, sehingga semua bisa terlibat sehingga peluangnya sangat besar. Disamping dari sisi tenaga kerja, dari sumber daya lain juga terangkat semua, petani kita, budidaya tanaman, budidaya alam. Yang tadinya bahan-bahan yang tidak ada nilainya, sekarang bisa menjadi naik, gara-gara wisata gastronomi ini. Sekarang kan kita bagaimana kita mengangkat produk-produk alam kita, dan bagaimana kita membuat cerita-cerita. Kebijakan pemerintah untuk mendorong wisata gastronomi ini sudah sangat tepat. Karena kita negara kaya, sumber daya alam kita mau cari apa ada, tenaga kerja juga banyak sekali, wisata itu kan bagian sektor yang menyerap tenaga kerja banyak sekali, beda dengan di industri yang berteknologi tinggi. Wisata kuliner sedikit sekali peran dari mesin, peran orang jauh lebih banyak.

P: Terkait kelemahan wisata gastronomi itu seperti apa?

N: Kontrol pemerintah terhadap masyarakat yang berbisnis di dunia ini,

bagaimana pemerintah mengeluarkan regulasi terutama kepada para pebisnis untuk tetap memperhatikan kaidah-kaidah kekayaan kuliner kita secara otentik, tradisionalnya dipertahankan. Bagaimana wisata gastronomi ini untuk didorong mempertahankan ketradisionalnya, sehingga lebih banyak komponen masyarakat yang terangkat.

P: Ancaman dari adanya wisata gastronomi itu bagaimana?

N: Tidak ada, justru semuanya positif semuanya. Semua hal yang dilakukan

yang berkaitan dengan wisata gastronomi ini positif semua, menggerakkan ekonomi secara luas semuanya, jadi tidak ada hal negatif yang ditimbulkan.

P: Peluang dari kegiatan wisata gastronomi seperti apa?

N: Peluangnya sangat luas dan besar, karena kita memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat banyak, sumber daya manusia juga sangat banyak, juga kekayaan budaya dan kuliner sangat banyak, sekarang baru terangkat di Jogja baru gudeg, lodeh baru beberapa saja, padahal di balik itu ada banyak yang bisa kita perkenalkan dan dikembangkan. Belum lagi tenaga kerja sangat siap di bidang itu. Sekarang tinggal bagaimana menanamkan kesadaran masyarakatnya untuk mengembangkan itu, tidak selalu menganggap produk asing lebih baik, terus menomor duakan produk kita sendiri. Bagaimana membuat image bahwa kuliner kita itu keren kog, sehingga daya tarik di kalangan anak milenial itu ada. Sekarang kan itu belum ada, sehingga anak-anak milenial itu malu kalau makan lodeh, tetapi kalau makan Mc Donald itu bangga banget. Salah satu solusinya yaitu bagaimana cara memasukkan kuliner sebagai karya budaya bangsa itu dimasukkan ke dalam pendidikan formal.

Peluangnya sangat luas karena menggerakkan semua sektor, kemudian konsumennya besar sekali dengan perekonomian yang semakin meningkat, pendidikan dan gaya hidup semakin meningkat, membuat orang semakin merasakan pentingnya berwisata. Saya misalnya dulu ndak pernah

kepikiran Sabtu Minggu untuk makan di luar, sekarang Sabtu Minggu harus makan di luar bersama keluarga. Jadi kesimpulannya, wisata gastronomi ini sangat besar peluangnya karena menggerakkan semua sektor, konsumennya besar, sumber daya ada, bahan ada, tenaga kerja ada, yang bisa diolah juga banyak.

P: Chef sebagai ahli kuliner, ahli gastronomi, nah kira-kira untuk perkembangan wisata gastronomi ini upaya yang bisa dilakukan para ahli itu seperti apa?

N: Kalau saya di bilang ahli gastronomi tidak ya, tapi kalau di bidang kuliner, saya sudah berkecimpung lama, tetapi di dunia kuliner itu dunia mengolah makanan, bagaimana cara mengolah bahan kemudian menjadi makanan yang enak dan sehat tanpa pernah tahu bahan ini dari mana, siapa yang menanam, bagaimana kesulitan mereka sehingga mereka bisa menghasilkan bahan seperti ini, nah itu yang dulu kita tidak pernah mau tahu, pokoknya ada barang kita masak, sekarang dengan perkembangan dunia gastronomi, kita sebagai senior di dunia kuliner itu wajib tahu, yang kita masak ini siapa sih yang menanam, bagaimana mereka menanam, kemudian perekonomian mereka, untung tidak sih mereka. Setiap senior perlu mengembangkan pengetahuan itu untuk menjadi lebih bijak menjadi chef, sehingga chef itu bisa membuat rangkaian cerita tentang makanan yang dia sajikan. Sebelum orang menikmati makanan itu enak, tapi orang tahu makanan ini diproses itu seperti apa, makanan ini bahannya didapat

darimana, bila perlu sebelum makan ditunjukkan ini lho petaninya yang menanam, ditanam di lereng gunung, itu akan jauh memberikan efek memorable yang sangat tinggi. Pasti orang akan mengenang. Nah itu merupakan bagian mengembangkan gastronomi, sehingga orang makan lebih bijak tidak sampai harus sampai buang-buang, orang masak lebih bijak tidak sampai boros masak karena tahu untuk mendapatkan bahan baku prosesnya sangat panjang. Maka dari itu sebenarnya dunia kuliner ini sekarang digeser menjadi gastronomi itu sudah bagus, tidak sekedar menghasilkan makanan enak, juga mengangkat yang di belakangnya itu, sebelum kamu masak ini perjuangan mereka bisa menghasilkan sepotong ayam ini. Sehingga dunia gastronomi semakin berkembang dan perilaku masyarakatnya menjadi lebih bijaksana.

P: Untuk resep dan cara pembuatan dari bakpia itu bagaimana ya chef?

N: Untuk pembuatan bakpia, bahan-bahan yang digunakan adalah sebagai berikut:

Bahan kulit Bakpia:

- 2 sendok makan gula pasir
- 1/2 sendok makan garam
- 200 ml minyak sayur (untuk campuran adonan 50 ml dan untuk rendaman 150 ml)
- 125 gram tepung terigu rendah protein
- 65 gram tepung terigu tinggi protein
- 100 ml air

Bahan Lapisan Bakpia:

- 1/2 sendok makan margarine
- 25 ml minyak sayur
- 65 gram tepung terigu rendah protein

Bahan Isian Bakpia:

- 1 lembar daun pandan
- 25 gram gula pasir
- 50 gram gula merah atau gula jawa
- 1 sendok makan minyak
- 100 gram kacang ijo/kacang hijau yang telah dikupas (rendam semalaman)
- 150 ml santan (dari 1/2 butir kelapa)
- 1/8 sendok teh garam

Proses Membuat Bakpia Pathok

Langkah pertama yang harus kita lakukan adalah membuat bahan isian bakpianya terlebih dahulu. Caranya itu dengan mengukus kacang hijau yang sudah ditiriskan selama kurang lebih 20-30 menut sampai kacang hijaunya mengembang, lalu angkat. Kemudian masukkan gula pasir, gula merah, garam, santan, dan daun pandan, masak sampai mengental dengan rata atau kalis, jangan lupa untuk menambahkan minyak sebelum api dimatikan. Aduk campuran itu sampai mengental rata dan terasa licin. Angkat lalu tunggu sampai agak dingin, baru setelah itu bentuk menjadi bola-bola kecil.

Kalau sudah, kita buat bahan lapisan bakpianya dengan cara mengaduk semua bahan lapisan sampai rata, lalu sisihkan. Untuk membuat kulit bakpia, panaskan air tapi jangan sampai mendidih, kemudian masukkan gula, aduk sampai gula larut semua dan merata, lalu angkat. Setelah itu campur tepung terigu dan garam sampai rata, tuangkan air larutan gula sedikit demi sedikit sambil diuleni sampai merata.

- Tuangkan minyak sayur sambil diuleni hingga merata dan kalis.
- Ambil adonan kira-kira 10 gram. Pipihkan adonan, lalu ambil sedikit adonan lapisan, ratakan diatas permukaan adonan sebelumnya hingga rata.
- Lipat adonan dan rekatkan ujungnya membentuk bulatan.
- Rendam adonan bulat ke dalam minyak yang tersisa selama kira-kira 15 menit.
- Pipihkan adonan sampai agak tipis, lalu isi dengan adonan bahan isian, bentuk bulat pipih.
- Panggang adonan yang sudah diisi kedalam oven roti bakpia dengan temperatur 200 derajat Celcius sampai matang kira-kira 15-20 menit. Agar warna kuning merata di bagian atas bakia, kita bisa membolak-balik adonan.

*Key Informan 2.*

Nama : Bapak Wahjudi Pantja Sunjata

Sebagai : Penulis Kuliner Jawa dalam Serat Chentini serta Sejarawan (Balai Pelestari Nilai Budaya)

P: Sejarah atau asal usul dari nama makanan bakpia pathok seperti apa Pak?

N: Bakpia itu salah satu makanan yang terkena pengaruh dari Cina dan masuk ke Indonesia namanya bakpia dan ini sekarang menjadi ikon Yogyakarta. Bakipa sudah menjadi warisan budaya nasional. Bakpia di Yogyakarta awal mulanya dijual di daerah Tamansari, bentuknya kecil-kecil, kulitnya tebal dan isinya kacang hijau. Namanya Bak, dulunya makanan itu dari daging babi, karena masuk di Indonesia disesuaikan dengan tradisi Indonesia maka diganti dengan daging ayam atau daging sapi. Bakpia merupakan makanan dari Cina masuk ke Indonesia dan disesuaikan dengan cita rasa penduduk Indonesia.

P: Metode pembuatan bakpia dari dulu sampai sekarang bagaimana Pak?

N: Kalau pembuatannya dari dulu sampai sekarang mengalami perkembangan,

untuk rasa juga menyesuaikan dengan kondisi lingkungan, sebagai contoh di Yogyakarta juga terdapat banyak macam-macam rasa bakpia seperti bakpia Pathok, bakpia Minomartani, bakpia Kurnia Sari.

P: Pendapat bapak tentang wisata kuliner dan wisata gastronomi?

N: Wisata kuliner itu memang paling enak disamping itu untuk kesehatan,

kepuasan. Wisata ini harus didukung dan dihubungkan dengan faktor ekonomi masyarakat. Dengan wisata kuliner maka masyarakat bisa berperan sehingga pendapatan masyarakat bisa meningkat.

P: menurut bapak Potensi bakpia sebagai wisata gastronomi?

N: Potensinya sangat tinggi, bisa kita lihat, orang luar Jogja masuk ke Jogja pasti beli bakpia Pathok, dan hal ini juga disambut oleh masyarakat dengan banyaknya pengusaha bakpia yang dulu hanya sebagai pekerja sekarang mulai mendirikan perusahaan bakpia sendiri.

P: Kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman dari sentra bakpia Pathok?

N: Kelebihannya sebagai salah satu kuliner yang ternama di Jogjakarta dan sekarang sudah menjadi ikon Jogjakarta. Bakpia Pathok sudah menjadi warisan budaya nasional pada tahun 2016 sehingga sudah dilindungi. Ancamannya: kalau tidak bisa mempertahankan cita rasa maka akan ditinggalkan masyarakat penggemarnya.

P: Peran wisata gastronomi bagi pariwisata Indonesia?

N: Sekarang itu jamannya wisata gastronomi, ada wisata alam pasti ada Wisata gastronomi, dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Jadi akan semakin besar, selama wisata alam berlangsung.

P: Upaya apa yang dilakukan sejarawan dalam pengembangan wisata gastronomi?

N: Pendampingan penelitian untuk memperkokoh sejauh mana masalah kuliner terutama macam-macam kuliner di Indonesia, ke depannya sebagai bentuk dokumentasi sehingga generasi muda mudah menemukan sumber-sumber tertulis dan juga sebagai bentuk pelestarian kuliner itu sendiri.

*Key Informan 3.*

Nama : Bapak Lipinikus Servinus Don Charles, SE.

Sebagai : Kepala Seksi Promosi Dinas Pariwisata DIY

P: Perkenalkan Bapak saya Vivin Afanin Hasnah dari STP AMPTA mau berbincang-bincang tentang Bakpia pak. Menurut bapak tentang makanan khas Kota Yogyakarta yaitu Bakpia?

N: kalau namanya bakpia itukan sebetulnya dari china karna ba itu babi dan pia makanya dinamakan bapia sejarahnya masuk dijawa. Karena mayoritas masyarakatnya muslim mengkanya diganti dengan isian kacang hijau, sudah dimodifikasi. Dan sekarng banyak rasa seperti cokelat. Kalau di antropologi yaitu asimilasi. Dan saat ini juga sudah menjadi banyak jenis seperti bakpia kukus. Dan karena mungkin proses pembuatan nya juga bertahan lama kemasan menarik dan bisa dijadikan oleh oleh khas Kota Yogyakarta.

P: Dari masing-masing makanan khas dari Kota Yogyakarta sendiri banyak ya pak, nah kalau untuk bakpia sendiri budayanya seperti apa pak?

N: Kalau untuk ke tradisi pertama kali ada karena adanya kota lintas budaya antar suku dari luar. Modifikasinya bisa diterima oleh masyarakat Kota Yogyakarta secara umum.

P: kalau untuk cara pembuatan sendiri pak dari awal ada sampai dengan saat ini, mungkin apakah ad perbedaan?

N: Kalau menurut saya sih sama saja karna membuat kulit dan isiannya. Yang membedakan yaitu isiannya dan juga varian rasa. Terus juga kemasan saat ini semakin modern.

P: menurut bapak seperti apa perbedaan wisat kuliner dengan wisata gastronomi?

N: kalau wisata gastronomi itu proses dari Hulu ke Hilir beda dengan kuliner, kalau kuliner itu hanya menikmati. Kalau gastronomi itu orang mencoba untuk tau sejarahnya bakpia seperti apa, kemudian budayanya seperti apa, dan juga metodenya dari dulu sampai sekrang bagaimana

Informan Pendukung

Nama : Tusiyati

Sebagai : Bagian Umum Bakpia “Pathok 25”

P: Kalau untuk pemiliknya sendiri itu siapa bu?

N: Pemiliknya Angling Putra Sanjaya generasi kedua, kalau awal mula namanya Ny. Sie Tek Ong. Bakpia itu memang dari negeri Cina sana, cuman disana diisi daging, kalau di Indonesia diisi kacang, keju.

P: Kalau untuk sejarahnya sendiri dari bakpianya itu awalnya bagaimana?

N: Kalau awalnya sih cuman jual di warung kecil, lama-lama berkembang dari pertama belum ada kemasannya, terus ada kemasan dan belum ada merk, selanjutnya karena sini kampung bakpia, jadinya harus pakai merk untuk membedakan. Awalnya pakai kardus polos, terus pakai anyaman bambu yang dikasih merk, kemudian pakai kardus kembali dengan merknya.

P: Setiap makanan ada budaya tradisinya, untuk Bakpia 25 itu bagaimana?

N: Untuk Bakpia 25 itu bedanya kulit lebih tipis, bumbunya lebih banyak, untuk pengolahannya masih tradisional pakai arang yang dari kayu, jadinya untuk rasa dan aroma lebih enak pakai arang. Kecuali emang bakpia kering untuk pengaturan suhu pakai oven gas.

P: Untuk pembuatan sendiri dari awal sampai akhir?

N: Dari pembelian biji kacang, pemecahan, perendaman, pencucian

dipisahkan antara isi kacang dengan kulit sampai bersih baru nanti dikukus, selanjutnya setelah empuk baru digiling, baru nanti pencampuran antara kacang, gula, garam dan minyak, hampir sama kayak bikin dodol. Sampai kalis baru diangkat. Setelah itu dicetak dengan pembikinan kulit dari tepung pakai minyak, garam, air sedikit baru diisi dari kumbu kacang tadi. Varian rasa lainnya ada keju, coklat, nanas, yang premium itu yang spesial.

P: Dari pengemasan sendiri itu masing-masing bakpia kan banyak ya, yang membedakan Bakpia Pathok 25 dengan bakpia yang lain itu apa bu?

N: Kalau tempat lain ada pakai model vaccum, kalau kita belum berani pakai vaccum karena berpengaruh terhadap rasa, karena vaccum itu sama saja pakai bahan pengawet, kalau Bakpia 25 tidak pakai bahan pengawet jadinya kami pengemasan langsung dan tidak pakai bahan pengawet.

P: Ide pertama kalinya dari sang pemilik untuk bikin bakpia pathuk 25?

N: Jogja dulu tidak ada makanan khas, dicoba bikin bakpia yang dinamai Bakpia Pathuk yang merupakan nama kampung sini, kampung Pathuk, kampung pemroduksi bakpia dari rumahan kecil-kecil terus berkembang, wisatawan yang datang ke Jogja diperkenalkan dan kasih cicipan pada tamu yang datang ke hotel-hotel dengan mengasih sampel kepada wisatawan yang datang ke Jogja.

P: Untuk ancaman bagi Bakpia Pathok 25?

N: Untuk kualitas kita tetap mempertahankan kualitas, bahan baku kacang, gula, tepung, tetap menjaga kualitas. Kualitas bahan dan barang tetap dijaga. Keunggulan kulit tipis, isi lebih banyak sehingga digigit langsung terasa kacangnya. Kami masih ketakutan untuk stok karena bakpia basah hanya bertahan 4 hari.

P: Kalau untuk peluangnya sendiri dari Bakpia Pathuk 25?

N: Peluangnya sih, kami berusaha bergerak cepat, bahan kami selalu siap, kalau kondisi kelihatan ramai kita langsung menambah produksinya.

P: Menurut ibu, potensi wisata kan berkembang pesat, apalagi di Jogja sentranya destinasi wisata. Potensi wisata dari Bakpia Pathuk 25 itu apa?

N: Sebenarnya sih, enaknya sih kalau tamu yang datang, promosinya lebih enak, promosi ke tamu secara langsung, dari mulut ke mulut itu cepet, kalau tamu sudah datang ke sini dan mencicipi secara langsug, maka pembeli bisa langsung membeli.

P: Harapan ibu tentang Bakpia Pathuk 25 ke depannya?

N: Harapan kami kalau bisa stok jangan sampai kekurangan, persiapan menyediakan barang ke tamu itu tidak kurang, sempat ada tamu kecewa karena kurang produksinya, sampai antri begitu panjang, tamu tersebut tidak dapat barang sehingga kasihan juga, hal ini merupakan kerugian bagi kami. Seharusnya kami siap bersedia untuk tamu yang berbelanja.

P: Budaya atau tradisi awal Bakpia Pathuk 25?

N: Misal ada even-even dari kraton, kami selalu mengirim untuk cicipan, acara-acara gendong gandeng, kami juga ikut untuk memperkenalkan dan promosi juga. Misalkan ada acara atau even, kita selalu mengasih sample.

P: Ada berapa bu? Kira-kira?

N: Yang jalan Solo ada 2, yang KS Tubun ada 6, yang Pathuk sini.

P: Kalau untuk pusatnya sendiri bu?

N: Pusatnya di Jalan KS Tubun masih agak ke barat

P: Jadi satu sama pembuatan langsung itu ya?

N: Iya, kalau biasanya di toko sini sih ada shownya, kan dari sekolah yang pengen lihat proses, tamu juga lebih mantep, biasanya lihat proses produksinya. Cuma disini beberapa meja untuk bikin disini.

P: Tapi banyak ya dari sebelum pandemi ini, anak-anak yang study tour itu, mereka lebih tertarik pada proses pembuatannya?

N: Iya paling banyak itu, tempat lain tidak ada bisa melihat proses produksi. Dari jaman dulu Bakpia 25 untuk proses produksi dipersilahkan untuk melihat. Jadi tamu lebih mantap, lihat mesin begini, ada masukannya begini-begini, saat mencoba masih hangat jadi rasa lebih mantap. Enak makan langsung di pabriknya.

P: Terkait jumlah kunjungan wisatawan sendiri bu, itu ada perbedaan sebelum pandemi dan pas pandemi?

N: Maret 2020 itu kan masih lumayan ramai, tapi menjelang Lebaran itu, waduh semenjak ada kabar pandemi ini, jadi kami juga lebih berhati-hati, kami juga melakukan pembatasan, karyawan juga diliburkan, terus yang masuk ada beberapa orang. Untuk saat ini sih seluruh karyawan sudah divaksin semua untuk satu pabrik, kami harus menyediakan sendiri obat-obatan dan dari luar dibantu, kami usaha sendiri. Semua sudah divaksin pertama dan kedua.

P: Terkait promosi sendiri bu, dari manajemen itu seperti apa?

N: Kalau kami untuk promosi masih dari mulut ke mulut saja, untuk iklan itu sebenarnya, kayak penjual penjual reseler yang lain itu lumayan, tapi untuk harga beda-beda, untuk normal toko kami ya standar untuk perbedaan dengan penjual luar misal toko-toko kecil itu memang tiap hari ambil sesuai kemampuan dia, misal untuk tokonya itu berani menjualnya itu satu hari 20 dus atau 30 dus, dia ambilnya diperkirakan sehingga selalu baru. Untuk toko kami tiap hari, bakpianya baru semua. Mungkin jam 9 masih produksi itu nanti masih ada sisa 100 dus, kemudian dibagi, kalau misal sampai jam 12 belum habis, kami tarik tidak dijual lagi. Stoknya bisa terkendali.

P: Kalau untuk Bakpia Pathok 25 sendiri bu, tentang sosial media yang

dipunya apa saja?

N: Instagram ada, Tokopedia ada.

Informan Pendukung

Nama : Nandhita

Sebagai : Karyawan Bakpia “Pathok 25”

P: Mau tanya seputar Bakpia Pathok 25, di sini tuh mbak sudah berapa lama?

N: Saya kurang lebih 4 tahun sampai 5 tahun.

P: Kalau untuk posisi mbak disini sebagai?

N: Saya SPG depan.

P: Kalau mungkin sejarah singkat tentang Bakpia Pathok 25?

N: Kalau bakpia itu sebenarnya dari Cina, cuman dari Bakpia 25 sendiri, ini kan dulu home industri ya, dari orang tuanya Pak Angling pemilik sekarang, itu sementara dulu kan karyawan cuman sedikit, sampai tahun 80-an masih kemasan pakai besek, sekarang sudah ada kemajuan sampai tahun 90-an booming sampai sekarang.

P: Untuk pemasaran itu dari pihak manajemennya ada tidak sih, memberi tahu ke karyawan caranya memasarkan?

N: Kalau dari kita sih sebenarnya cuma pelayanan ke konsumen sih mbak, kalau untuk bakpianya kita masih menjaga kebersihan, rasanya masih khas dari dulu nggak ada perubahan sama sekali yang original yang kacang hijau, kalau trik-trik itu nggak ada sih sebenarnya, kalau untuk penjualannya kita melebihkan service ke tamu itu memang ditingkatkan.

Rata-rata kita kan sasarannya menengah ke atas, orang-orangnya kan memang lebih kita harus sabar dalam menjelaskan.

P: Kalau untuk kelebihannya sendiri, menurut mbak?

N: Kalau dari toko kita, sebenarnya Bakpia Pathok 25 memang barangnya baru setiap hari, pasti hangat, rasanya memang lebih dari bakpia-bakpia lain yang di Jogja. Terus untuk kesediaan dan kita lebih komplit dari yang lainnya.

P: Kan sekarang itu banyak banget bakpia-bakpia baru muncul mengikuti jaman juga, kira-kira ada ancaman buat Bakpia Pathok 25?

N: Sebenarnya sih enggak, karena memang kita itu dirasa kita lebih, terus seandainya tamu yang datang, kita menyediakan tester sehingga bisa mencicipi bakpia hangat. Rata-rata kita pembelinya sudah langganan, dari dulu beli di toko kita.

P: Kalau untuk peluangnya sendiri mbak, kira-kira masih pengen dikembangkan Bakpia Pathok 25 sendiri apa?

N: Kalau kita sementara untuk rasa, mungkin mereka ada rasa apa, rasa-rasa baru tetap kita munculkan, seandainya ada dari pembeli minta rasa susu, rasa green tea. Kita tetap mengikuti kemauan konsumen.

P: Untuk strategi pemasaran dari sosial media?

N: Kayak kita, iklan-iklan promosi itu tidak ada, kita biasanya dari mulut ke

mulut, rata-rata mereka yang sudah beli mungkin saudaranya ada yang dikasih terus telpon ke sini minta dipaketkan ke sana. Kalau kita pasang iklan untuk promosi-promosi dimana-dimana itu enggak ada.

Informan Pendukung

Nama : Azizah

Sebagai : Karyawan Bakpia “Pathok 25”

P: Mbak, aku mau tanya, sebelumnya mbak kenal Bakpia “Pathok 25” dari mana sih mbak?

N: Dari teman saya sih, teman saya kerja ke sini, terus saya ikut.

P: Mbak disini kira-kira sudah berapa lama?

N: Sekitar dua tahunan, sebelum ada pandemi ini.

P: Kira-kira yang mbak tahu tentang sejarah Bakpia “Pathok 25”?

N: Setahu saya sebagai karyawan, mungkin, toko oleh-oleh pertama di Jogja, setahu saya sih cuma itu, makanan khas Jogja juga.

P: Nah kalau dari Bakpia “Pathok 25” sendiri, itu kan banyak varian rasanya itu apa saja ya?

N: Kalau yang biasa itu ada kacang hijau, keju, coklat, nanas, kalau yang premium itu biasanya ke produk yang baru, ada durian, ubi ungu, green tea, kacang merah, keju, coklat merah, sama kacang.

P: Kalau untuk pembuatannya sendiri seperti apa mbak? Sampai ke pengemasan?

N: Kalau setahu saya, saya di bagian pemasaran, saya tahunya proses bikinnya saja, sudah jadi adonan, tinggal dibikin aja, dioven terus dikemas.

P: Nah kalau untuk pemasarannya sendiri mbak, dari manajemen ke para karyawan itu seperti apa?

N: Setahu saya sih tidak ada target ataupun kayak apa, cuman semaksimal mungkin untuk pelayanan saja.

P: Kalau untuk pemasaran ke luar itu ada tidak sih mbak?

N: Kalau area pulau Jawa sih masih bisa, cuman kalau daerah-daerah yang sering kita lewati mau kirim kita lewat ekspedisinya travel bukan JNT atau JNE, karena kita memilih travel karena biar aman dan pengiriman paling cepat. Kita biasanya kirim cuma area Jawa.

P: Kalau untuk kelebihan sendiri, menurut Mbak Azizah, kelebihan dari Bakpia Pathok 25?

N: Kelebihannya sih dari rasa lebih unggul, karena dari jaman dulu dari awal dibanding kalau sekarang kan banyak inovasi baru. Jadi kayak lebih tradisional gitu aja.

P: Kalau untuk kelemahannya?

N: Kalau menurut saya sudah cukup sih.

P: Ancaman bagi Bakpia Pathok 25 ini dalam hal pemasaran keluar?

N: Kalau orang yang sudah tahu aslinya bakpia, kalau ada varian baru

mungkin sebagai karyawan mengikuti jamannya saja, kalau bisa mengikuti trend maka mengikuti trend, untuk tradisionalnya lebih diunggulin gitu. Jadi kita tetap ada produk baru, tapi untuk produk lama tetap kita unggulin, jadi ke sampingan aja gitu.

P: Kalau harapan Bakpia Pathok 25 untuk ke depannya?

N: Semakin dikenal orang saja sih, terus semakin memberikan yang terbaik dari rasa dan pelayanan.

Informan Pendukung

Nama : Zulaikha

Sebagai : Wisatawan dari Kaliurang

P: Kak, mau tanya, namanya siapa, darimana?

N: Namanya Zul, dari Kaliurang

P: Aku mau tanya, kakaknya pernah ke Bakpia Pathok 25 atau pernah ngerasain Bakpia Pathok 25?

N: Belum pernah ke sana, tapi pernah ngerasain, soalnya waktu itu kayak ada syukuran gitu kan di MA, kayaknya itu pakai Bakpia Pathok 25.

P: Berarti kenal Bakpia Pathok 25 dari situ ya?

N: Iya

P: Nah yang pernah kakak rasain, cobain itu rasanya apa saja sih kak?

N: Rasa kacang hijau, sejauh ini cuma kacang hijau aja.

P: Kan sekarang juga merek bakpia di Jogja sudah banyak banget, apalagi mbaknya juga asli sini kan ya, atau perantauan juga?

N: Perantauan

P: Nah itu juga mereknya banyak, menurut kakak perbedaannya apa sih?

N: Kalau saya bakpia itu basah terus ya manis saja, maksudnya kalau yang lain itu kering kan mbak bakpianya, kering gitu, karena saya suka yang basah, jadi enak menurut saya.

P: Kira-kira tuh pengemasan dari Bakpia Pathok 25 itu pernah lihat nggak sih kak?

N: Nggak pernah

P: Bedanya sama yang lain itu apa sih, uniknya?

N: Mungkin rasanya kali ya mbak, jadi tu kayak misalkan belinya kalau nggak yang 25, jadi rasanya kayak coba-coba, kalau menurut saya sih gitu.

P: Kira-kira kekurangan dari rasa Bakpia Pathok 25 ini apa sih kak?

N: Apa ya mbak, ee... karena saya nggak gitu, maksudnya nggak yang terlalu menilai makanan-makanan, ya enak saja.

P: Kalau kira-kira mbak ke Bakpia Pathok 25, misalkan ya, kira-kira yang mau apa namanya, mbak mau kasih masukan ke mereka itu apa sih?

N: Kalau rasanya sudah pas ya mbak, sebenarnya kemasannya cukup 25 saja, karena pengemasannya juga sama kayak yang lain, kuning gitu kan. Cuma nomornya saja yang beda. Barangkali pengemasannya dibedain dengan merek yang lain.

Informan Pendukung

Nama : Ibu Retno

Sebagai : Wisatawan

P: Bu, saya mau tanya, ibu tuh kenal Bakpia Pathok 25 nggak sih bu?

N: Ya, tahu sih mbak

P: Tahunya dari mana sih bu?

N: Tahunya dari karena ada rumah orang tua di Wirobrajan, jadi sering lewat ke situ.

P: Pernah datang ke situ sih nggak bu?

N: Pernah

P: Kira-kira yang ibu tahu tuh rasa yang mereka tawarin itu apa saja sih bu?

N: Kalau dulu tuh kacang hijau, kumbu, terus sama durian.

P: Nah, bu sekarang kan di Jogja banyak banget merek-merek bakpia, yang udah mulai dikenal banyak wisatawan yang datang ke Jogja, nah itu kira-kira ada nggak sih perbandingannya sama Bakpia Pathok 25?

N: Ya, dari rasanya beda.

P: Kalau dari bentuk pengemasannya dari Bakpia Pathok 25?

N: Kalau pengemasan nggak jauh berbeda, cuman warna kotak kemasannya.

P: Kira-kira bu, kan sekarang pariwisata sedang berkembang di Indonesia,

khususnya di kota Yogya, nah kira-kira menurut Ibu, si bakpia ini khusus kota Yogyakarta itu bisa dijadikan wisata kuliner? Atau sekedar orang berbelanja?

N: Bisa sih

P: Kalau untuk promosi atau pemasaran dari Bakpia Pathok 25 kira-kira ibu tahu tdk?

N: itu kadang lewat bapak becak, ada wisatawan datang itu ditawarkan ke sana, itu kayaknya kerjasama, kayak guide, supir bus.

P: Terakhir bu, kira-kira harapan ibu sama sentra Bakpia Pathok 25 ke depannya apa sih bu?

N: Semoga selesai pandemi ini bisa lebih maju dan ramai lagi seperti dulu.

Informan Pendukung

Nama : Ibu Rita

Sebagai : Wisatawan

P: Perkenalkan nama saya Vivi Afanin sebelumnya saya mau tanya tentang Bakpia Pathok 25. Ibu tahu dari mana sih?

N: Aku jujur baru kali ini ke Jogja, jadi semalam ceritanya aku naik becak, terus dianterin sama becaknya ke sini, katanya disini rasanya enak. Pas dianter ke sini, ada testernya, kita cobain, memang benar enak, nah semalem kita makan, pas lagi nginep terus kebetulan enak habis, ya kita beli lagi. Aku nggak berani nyoba yang lain takutnya tidak enak. Jadi aku di sini saja.

P: Yang mereka tawarin itu rasanya apa saja?

N: Kalau semalem rasa kacang hijau yang basah sama yang kering, Cuma yang basah agak lembut, kalau yang kering itu kurang dikit, dari harga juga beda.

P: Kira-kira menurut ibu, pemasaran atau promosi dari mereka itu seperti apa?

N: Cukup bagus, memuaskan, pelayanan rapi, kayaknya tidak ada yang kurang,

soalnya dari tadi aku mintanya debit bayarnya, terus mereka bilang kita cuma memakai cash atau transfer, kebetulan baterai aku lowbat, terus mereka anterin ke ATM BCA.

P: Berarti ibu yang suka itu rasa kacang hijau, ya?

N: Kacang hijau yang warna hijau, aku minta tes yang keju kebetulan nggak ada, aku minta yang duren juga belum ada.

P: Kira-kira kelebihan yang dimiliki dari sentra Bakpia 25?

N: Rasa kali ya, diantara yang lain aku emang baru kali ini ke Jogja, aku nyobain bakpia itu sering, yang mereka kasih ke aku jauh rasanya. Aku tertarik karena ada testernya.

P: Kira-kira perbandingannya, selain dari rasa apa sih bu Bakpia Pathok 25 sama bakpia lainnya?

N: Kemasan kali ya, lebih rapi, lebih menarik saja.

P: Kira-kira pendapat itu tentang bakpia Pathok yang lain?

N: Iya beda saja, mungkin mereka juga harus mencoba bakpia ini, biar dia ada

perbandingan, gimana sih kog mereka lebih enak, penjualannya lebih bagus dari tempat lain, harusnya mereka mikir, dan belajar-belajar lagi.

P: Kira-kira harapan ibu dengan sentra Bakpia Pathok 25 ke depannya apa

sih?

N: Lebih sukses lagi, lebih maju, lebih banyak cabang-cabangnya sampai ke Jakarta, jadi kita nyarinya nggak harus ke Jogja lagi. Sekarang mungkin ada online, lebih bagusnya buka cabang di Jakarta.

P: Kalau dari rasa, tadi kan ibu pengen rasa durian, kira-kira apa saja sih masukan dari ibu?

N: Kalau dari rasa sih, rasa strawberry gimana pengen nyoba aja.

Informan Pendukung

Nama : Ibu Prapti Indrati

Sebagai : Masyarakat Kampung Pathok

P: Saya mau tanya, seputar sentra oleh-oleh bakpia. Ibu tahu nggak sih sejarah dari bakpia itu sendiri?

N: Kalau sejarahnya nggak tahu, soalnya saya bukan asli orang sini. Setahu saya, saya disini sudah ada bakpia, kalau dulu ada di pabriknya, kalau yang sini baru 4 tahunan.

P: Dengan adanya sentra oleh-oleh itu efeknya seperti apa?

N: Kalau saya pribadi ini yang depan ini buka, pengaruh banget, kan banyak orang yang datang, otomatis warung saya kena luberan, banyak yang mampir ke sini.

P: Kira-kira menurut ibu sendiri, harapannya mengenai sentra bakpia, atau mau seperti apa ke depannya?

N: Menurut saya ya cuman itu, disini kan kota pariwisata, kalau pariwisatanya dibuka semua otomatis disini juga ikut ramai, kalau bakpia banyak pengunjungnya karena bakpia oleh-oleh khas.

P: Dari masyarakatnya sendiri, ada yang dilibatkan oleh pihak manajemen dari mereka?

N: Kayaknya ada yang di kampung-kampung itu bisa memasukkan barang ke

toko bakpia, tapi resepnya dari toko, ngolahnya di rumah masing-masing kalau sudah jadi di setor ke toko lagi.

P: Dukungan masyarakat ke pihak manajemen toko seperti apa?

N: Kayaknya bagus, kan banyak bakpia-bakpia kampung juga. Nanti kan ada yang masuk ke kampung, karena setiap gang ada penjual bakpia, jadi tujuannya tidak hanya ke toko, tapi ke kampung-kampung untuk mencari harga yang lebih murah.

P: Kalau untuk harapan ibu sendiri sebagai masyarakat sekitar dengan adanya sentra bakpia ini?

N: Berharapnya banyak pengunjung yang datang, sehingga saya juga kena imbasnya.

P: Kalau dari masyarakat, itu ada yang pro atau ada yang kontra?

N: Tetap ada pro dan kontra.

P: Kalau bentuk partisipasi masyarakat, melihat adanya potensi wisata yang lagi naik daun?

N: Banyak pedagang kaki lima yang lain yang berdatangan setelah ada kampung bakpia pathuk.

P: Macam-macam merk bakpia makin banyak, menurut ibu pribadi, perbedaannya apa sih antara Bakpia Pathuk 25 dengan bakpia yang lain?

N: Orang-orang milihnya merk yang sudah terkenal. Ada juga yang menanyakan adakah bakpia selain dari Bakpia Pathuk 25?

P: Sejak kapan itu sih bu, disini itu memang sentra kampung bakpia.

N: Sudah lama mbak, sebelum saya disini sudah ada, tapi cuman ada 1 dan 2. Sepuluh tahun yang lalu sudah mulai kampung di sana sepanjang jalan kiri kanan sudah ada beberapa industri kecil bakpia.

P: Yang mendorong masyarakat ikut berpartisipasi itu apa sih bu?

N: Dengan adanya bakpia, mereka juga bisa menjual. Dia dapat resep dia masak, dia juga dapat jual ke sini. Kalau yang kecil bisa setor ke pasar, ke pusat oleh-oleh yang ada di Jogja. Soalnya sudah menjadi makanan khas, otomatis orang yang dari luar kota, kalau belum membeli bakpia itu rasanya ada yang kurang.

Informan Pendukung

Nama : Bapak Suryadi

Sebagai : Masyarakat Kampung Pathok

P: Perkenalkan saya Vivin dari STP AMPTA, mau tanya-tanya seputar sentra oleh-oleh Bakpia Pathok 25, yang bapak ketahui soal bakpia sendiri dari Jogja itu apa sih pak?

N: Itu ciri khas oleh-oleh dari tempat wisatawan termasuk gudeg, selainnya bakpia. Kalau ciri khas angkringan itu tambahan, yang mayoritas itu adalah bakpia dan gudeg.

P: Nah, kira-kira yang bapak tahu, awal mulanya ada sentra oleh-oleh ini seperti apa?

N: Kalau seperti dulu, anggap saja, kayak seperti lotere, misalnya kalau laku ya Alhamdulillah, kalau ndak cari yang lain. Ternyata sampai sekarang jalan sampai jadi tempat wisata yang paling terkenal.

P: Dari masyarakat sendiri mendukung tidak sih pak, dengan adanya sentra oleh-oleh?

N: Kalau saya menilai, ini inisiatif saya sendiri, yaitu malah mendukung, karena lingkup sekitarnya di kawasan di sentralnya sering dapat pemasukan, walaupun tidak bisa dimaksimalkan. Yang jelas ada pemasukan walaupun cuma 15rb, 30rb, bahkan lebih.

P: Kalau dari partisipasi masyarakatnya sendiri, mereka merekomendasikan masyarakat untuk bekerja sebagai apa?

N: Nggak bisa mbak, karena dari pihak bos nggak mau ambil alih dari lingkup sekitar pabrik, masalahnya kalau bos ataupun pegawainya menyimpang atau dikit-dikit ijin maka jadi kecemburuan, jadi bos tidak mau menerima dari sekitar lingkungan pabrik, takutnya pegawainya nanti melawan. Makanya bos maunya ambil dari luar kota.

P: Untuk dampak sosial budaya buat masyarakat sekitar?

N: Termasuk bagus karena disamping itu tidak merugikan masyarakat walaupun lalu lintas jadi terganggu sedikit macet. Karena kompensasi dari pak bos itu tahu berbaur dengan masyarakat. Kecemburuan sosial itu karena iri.

P: Harapan bapak sendiri dengan adanya sentra oleh-oleh itu apa?

N: Harapan saya senang sekali, kalaupun tempat wisata bakpia ramai, otomatis saya jualan ikut kebagian, walaupun tidak seberapa tapi saya bersyukur, dari situ kita juga dapat keuntungan dari fee bakpia.

P: Sekarang merk bakpia banyak, menurut bapak pribadi melihat itu semua, masing-masing perbedaannya apa sih pak?

N: Menurut saya, menu bakpia dan tarif harganya itu masing-masing kembali

ke konsumen. Disamping relatif batas kemampuan, bakpia itu tidak harus produk 25 saja, karena yang kurang dari bakpia 25 itu harganya lebih miring dari harga bakpia 25. Bakpia 25 harganya 35rb satu kotak, sedangkan bakpia di kampung-kampung di bawah harga 35rb, seumpama 20rb dapat satu kotak walaupun rasa dan kapasitasnya beda. Jadi kembali ke batas kemampuan dari konsumen. O saya kurang mampu di bakpia 25, saya mampunya di bakpia kampung. Jadi semampunya konsumen.

P: Masing-masing sentra oleh-oleh itu mempunyai kelemahan, menurut bapak itu kelemahannya apa?

N: Secara riil kita sebagai masyarakat sekitar, kru karyawannya itu seakan akan ingin cari glamornya sendiri mbak, pengen cari pangkat, cari muka, berhubung dia di pabrik dia cari nama yang terbaik, supaya gajinya lebih dari teman-temannya yang lain. Sebagai kru bentor, saya tidak suka terlalu memaksa konsumen atau pengunjung, karena dari awal, dia pasang tarif PP 5rb, pengunjung itu mau karena dia anggap murah, ternyata sampai di lokasi di depan toko, konsumen itu tidak jadi beli karena uangnya kurang, yang bentornya marah, kog bisa tidak bisa beli, si bentornya marah, ini sentra bakpia yang paling murah, akhirnya si bentor itu memaksa.

P: Jumlah kunjungan wisatawan itu seperti apa?

N: Bagus mbak, kalau menurut saya pertengahan tahun ke atas itu meledak,

puncaknya itu pertengahan tahun ke atas. Dari Juli sampai ke akhir tahun, sampai ke Februari itu meledak mbak dibandingkan dengan gudeg.

Lampiran 3. Surat Permohonan Penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta ke "Bakpia Pathok 25"

YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 063/Q.AMPTA/IX/2021 Yogyakarta, 17 September2021
Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth.
Manajemen Bakpia Pathok 25
Jl. Karel Sasuit Tubun
Jl. Sanggrahan 2 No.504, Ngampilan
Kota Yogyakarta, DIY, 55132

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian di Bakpia Pathok 25 selama 1 bulan dari tanggal 21 September - 21 Oktober 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata 1 Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Vivin Afanin Hasnah
No. Mahasiswa : 517100831
Semester : 9 (Sembilan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data Penelitian untuk membuat skripsi.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

Tembusan:
-File

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 4. Surat Permohonan Penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta ke Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281

Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 112/Q.AMPTA/IX/2021 Yogyakarta, 27 September2021

Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Dinas Pariwisata DIY
Jl. Raya Janti No.4, Wonocatur, Banguntapan
Kec. Banguntapan, Bantul, DIY, 55198

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian di Bakpia Pathok 25 selama 1 bulan dari tanggal 29 September - 29 Oktober 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata 1 Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Vivin Afanin Hasnah
No. Mahasiswa : 517100831
Semester : 9 (Sembilan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data Penelitian untuk membuat skripsi.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Pribatno, M.M

Tembusan:
-File

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 5. Surat Permohonan Penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta ke Balai Pelestari Nilai Budaya Kota Yogyakarta

YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 162/Q.AMPTA/X/2021
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 20 Oktober2021

Kepada Yth.
Kepala Dinas Balai Pelestarian Nilai Budaya
Jl. Brigjen Katamso No.139, Keparakan
Kec. Mergangsan, Kota Yogyakarta, DIY 55131

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian dengan melakukan wawancara kepada Bapak Wahjudi Pantja Sunjata selaku penulis Kuliner Jawa Dalam serat Centini serta sejarawan selama 1 bulan dari tanggal 22 Oktober - 21 November 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata 1 Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Vivin Afanin Hasnah
No. Mahasiswa : 517100831
Semester : 9 (Sembilan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data Penelitian untuk membuat skripsi.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

Tembusan:
-File

Lampiran 6. Surat Izin Penelitian dan Wawancara dari “Bakpia Pathok 25”

BAKPIA PATHOK 25
Oleh-Oleh Khas JOGJA

**BAKPIA PATHOK 25 YOGYAKARTA**
Jl. Karel Sasuit Tubun, No. 12-14, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55261

**Hal: Balasan**

**Kepada Yth. Ketua Jurusan Strata 1 Pariwisata**
**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M**
**Di Tempat**

Dengan Hormat,

Yang bertandatangan dibawah ini:
Nama : Tusiyati
Jabatan : Supervisor

Menerangkan bahwa,
Nama : Vivin Afanin Hasnah
NIM : 517100831

Telah kami setujui untuk mengadakan penelitian di Bakpia Pathok 25 di Jl. Karel Sasuit Tubun, No. 12-14, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan judul: “Potensi Wisata Gastronomi Oleh-Oleh (Bakpia Pathok) Yogyakarta di Malioboro Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner”.

Demikian surat ini saya sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 17 Oktober 2021
Hormat Kami,
BAKPIA PATHOK 25
Oleh-Oleh Khas JOGJA
( Tusiyati )

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 7. Surat Izin Penelitian dan Wawancara dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

B

PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

DINAS PARIWISATA

Jl. Janti Km. 4 Banguntapan, Bantul, Yogyakarta Telepon (0274) 587486, Faksimile: (0274) 565437

website: www.visitingjogja.jogjaprov.go.id email: dispar@visitingjogja.com

Yogyakarta, 8 Desember 2021

Nomor : 070/07436
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Penelitian

Kepada Yth.

**STP AMPTA YOGYAKARTA**

di

Yogyakarta

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : L.S. Don Charles, SE
NIP : 19761127 200604 1 008
Jabatan : Kepala Seksi Promosi

Menerangkan bahwa Saudara Vivin Afanin Hasnah mahasiswi dari SPT AMPTA Yogyakarta telah melaksanakan penelitian dan mendapatkan data untuk pembuatan skripsi, yang dilaksanakan pada :

Tanggal : 4 – 8 Oktober 2021
Tempat : Dinas Pariwisata DIY

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Seksi Promosi

DISPAR

L.S. Don Charles, SE
NIP. 19761127 200604 1 008

Scanned by TapScanner

Lampiran 8. Surat Izin Penelitian dan Wawancara dari Balai Pelestari Nilai Budaya

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**
**BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA D.I.YOGYAKARTA**
(WILAYAH KERJA D.I.YOGYAKARTA, PROVINSI JAWA TENGAH DAN JAWA TIMUR)
Jl. Brigjen Katamso 139 (Dalem Jayadipuran) Yogyakarta 55152
Telp. 0274-373241,379308 Faks.0274-381555 Email : bpnb.diy@kemdikbud.go.id
Website : www.kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbyogyakarta

Nomor : 830 /F7.15/ PG.00.03/2021 26 Oktober 2021
Hal : Pemberian izin wawancara

Yth.: Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
Jalan Laksda Adisucipto Km 6 Tempel, Caturtunggal,
Depok, Sleman, Yogyakarta

Dengan hormat, berkaitan dengan surat Saudara nomor: 162/Q.AMPTA/X/2021 tanggal 20 Oktober 2021, kami memberi izin kepada Mahasiswa berikut untuk melaksanakan penelitian dan wawancara dengan Drs. IW. Pantja Sunjata selaku penulis kuliner Jawa dalam Serat Centhinidi di alai Pelestarian Nilai Budaya DIY pada tanggal 22 Oktober s.d. 21 November 2021

| NO. | NAMA | NIM | SEMESTER |
|---|---|---|---|
| 1. | Vivin Afanin Hasnah | 517100831 | 9 (sembilan) |

Berkaitan dengan hal diatas, kami harap yang bersangkutan memperhatikan hal-hal sebagai hal-hal berikut:

1. Harus menjaga protokol kesehatan melakukan tes suhu di pos satpam,:mencucui tangan dengan sabun di tempat yang telah tersedia sebelum memasuki area penelitian/wawancara, menggunakan masker, dan menjaga jarak aman dari Covid-19 selama kegiatan berlangsung.
2. Ikut menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban di lingkungan Kantor BPNB DIY

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Kepala,

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA D.I. YOGYAKARTA

Dra. Dwi Ratna Nurhajarini, M.Hum
NIP 196605021992032001

Tembusan:
1. Drs. IW. Pantja Sunjata
2. Arsip

Lampiran 9. Lembar Bimbingan

**LEMBAR BIMBINGAN**

**NAMA MAHASISWA :** Uyun Afanin Hasnah
**NO. MAHASISWA :** 517100831
**JUDUL PENELITIAN :** Potensi Wisata Gastronomi "Bakpia Pathok" Sebagai daya tarik wisata kuliner di Malioboro, Yogyakarta

**NAMA PEMBIMBING I :** Eny Mulyantari, Dra. MM.

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 1. | 18/2021 Juni | 1. latar Belakang Masalah | |
| | | 2. Halaman proposal | |
| | | 3. Sumber Referensi | |
| | | 4. Tinjauan Pustaka | |
| | | | |
| 2. | 22/2021 Juni | 1. latar Belakang Masalah | |
| | | 2. Responden | |
| | | 3. Batasan Masalah | |
| | | 4. Metode Analisa Data. | |
| | | | |
| 3. | 5/2021 Juli | 1. latar Belakang Masalah. | |
| | | 2. Manfaat penelitian | |
| | | 3. Tinjuan pustaka. | |

**NAMA PEMBIMBING II :** Setyo Prasiyono Nugroho, S.ST, M.Si.

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 1. | 2/2021 Agustus | 1 Tulisan | |
| | | 2 Batasan Masalah | |
| | | 3 Penelitian terdahulu. | |
| | | 4 Daftar Pustaka | |
| 2. | 3/2021 Agustus | 1 Teknik Pengumpulan Data. | |
| | | 2 Kerangka Pemikiran | |
| | | 3 Halaman Setiap Kutipan | |
| | | 4 Landasan Teori, Menambah | |
| | | 4A di Daya Tarik Wisata | |
| | | 5 Alur penelitian | |
| | | | |
| 3 | 13/8/21 | Acc pro posal | |
| | | | |

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : Vivin Afanin Hasnah
NO. MAHASISWA : 517100831
JUDUL PENELITIAN : Potensi Wisata Gastronomi Bakpia Pathok Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Malioboro Yogyakarta.

NAMA PEMBIMBING I : Ibu. Eny Mulyantari, Dra. MM.

NAMA PEMBIMBING II : Setyo Prasiono Nugroho, S.ST, M.Sc.

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 4. | 7/2021 juli | 1. Latar Belakang masalah | |
| | | 2. Manfaat penelitian | |
| | | 3. Tinjuan pustaka | |
| | | | |
| 5. | 10/2021 juli | 1. Latar Belakang masalah | |
| | | 2. Tinjuan Pustaka | |
| | | 3. kerangka pemikiran | |
| | | 4. Daftar pustaka | |
| | | | |
| 6 | 29/2021 juli | 1. Perubahan judul | |
| | | 2. Latar Belakang Masalah | |
| | | 3. Sumber Referensi | |
| | | | |

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 1 | 18/2021 OKT | Teknik Analisa Data | |
| | | - Hasil wawancara | |
| | | | |
| 2 | 28/2021 OKT | - Pastikan Hasil wawancara semua masuk | |
| | | - tambah uraian cara mengenai Budaya Bakpia | |
| 3 | 7/2021 Nov | - Hasil Analisa Budaya blm terungkap | |
| | | - potensi blm muncul | |
| | | | |
| | | | |

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : Vivin Afanin Hannah
NO. MAHASISWA : 5171100831
JUDUL PENELITIAN : Potensi Wisata Gastronomi Bakpia pathok sebagai Daya Tarik Wisata kuliner di Malioboro Yogyakarta.

NAMA PEMBIMBING I : Ibu Fny Mulyantari, Dra. M.M.

NAMA PEMBIMBING II : Sehyo Prasiono Nugroho, S.ST. M.Sc.

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 7. | 28/2021 Juli | 1. Latar Belakang Masalah | |
| | | 2. Batasan Masalah | |
| | | 3. Halaman Sumber Referensi | |
| | | 4. Kerangka pemikiran | |
| | | | |
| 8. | 4/2021 Agustus | 1. Tinjauan pustaka | |
| | | 2. Penelitian Terdahulu. | |
| | | 3. Jadwal penelitian | |
| | | 4. Lokasi Penelitian | |
| | | | |
| 9. | 18/2021 Agustus | 1. Batasan Masalah | |
| | | 2. Alur penelitian | |
| | | 3. Kerangka pemikiran. | |

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 4 | 10/2021 NOV | - Acal - Usul di lengkap | |
| | | - Potensi Gastronomi | |
| | | | |
| 5 | 30/2021 NOV | - Analisa SWOT blum | |
| | | mak Ginee | |
| | | - Kasih pulan analisa | |
| | | SWOT | |
| | | | |
| 6 | 16/2021 NOV | - Kerapulan besar | |
| | | Mengenai wisata | |
| | | Gastronomi | |
| | | | |
| 7. | 29/11 21 | Acc Sempro | |

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : Vivin Afanin Hasnah
NO. MAHASISWA : 517100831
JUDUL PENELITIAN : Potensi Wisata Gastronomi Lalaqfa' Pathof Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Malioboro Yogyakarta.

NAMA PEMBIMBING I : Ibu Eny Mulyantari, Dra. MM.

NAMA PEMBIMBING II :

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 10. | 22/2024 Agustus | 1. Daftar pustaka | |
| | | 2. Metode Analisa Data | |
| | | 3. Halaman Sumber Referensi | |
| 11 | [illegible] | | |
| 11 | 22/2024 Agustus | 1. Daftar pustaka | |
| | | 2. Batasan masalah. | |
| | | | |
| | | Acc Proposal | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : Vivin Afanin Hannah
NO. MAHASISWA : 517100831
JUDUL PENELITIAN : Potensi Wisata Gastronomi Bacpia pathok sebagai Daya tarik wisata kuliner di Malioboro Yogyakarta.

NAMA PEMBIMBING I : Dra. Enny Mulyantari, MM.

NAMA PEMBIMBING II :

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 1 | 7/11 2021 | 1. Penjelasan Gambar | |
| | | 2. Tentang aksesibilitas | |
| | | 3. Rumusan Per-Strategi | |
| | | 4. Tentang Analisa SWOT | |
| | | | |
| | | | |
| 2. | 1/12 2021 | 1. Kata kunci Huruf Besar | |
| | | 2. Analisis SWOT | |
| | | 3. Penjelasan Mengenai | |
| | | Kesimpulan Analisis SWOT | |
| | | 4. Tata Cara Penulisan | |
| | | | |
| | | ACC UJIAN | |

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : Nuvin Afanin Hasnah.
NO. MAHASISWA : 51710831
JUDUL PENELITIAN : Potensi Wisata Gastronomi Bakpia Pathok Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Malioboro Yogyakarta.

NAMA PEMBIMBING I : Dra. Enny Mulyantari, MM.
NAMA PEMBIMBING II :

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| 3. | 6/2021 /12 | 1. Tentang Kesimpulan | ε |
| | | akhir | |
| | | 2. Tentang Tata Cara | ε |
| | | Penulisan | ε |
| | | | |
| | | 3. Penjelasan Mengenai | |
| | | Strategi analisis SWOT | ε |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

| NO. | TANGGAL | URAIAN BIMBINGAN | PARAF |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Lampiran 10. Foto Saat Melakukan Penelitian di Bakpia Pathok 25