

BAKPIA SEBAGAI PRODUK WISATA KULINER UNGGULAN YOGYAKARTA

Widyawa Toni Sukendar, Christine Dian Permatasari, Dra., M.Hum.

Abstrak

Bakpia merupakan salah satu produk kuliner unggulan Yogyakarta yang memiliki potensi besar sebagai daya tarik pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh para produsen dalam mempertahankan bakpia sebagai produk kuliner unggulan Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data melalui wawancara, observasi, dan dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa upaya yang mendukung dalam mempertahankan bakpia sebagai produk kuliner unggulan Yogyakarta. Pertama, produsen bakpia telah mengembangkan variasi produk dengan menciptakan berbagai jenis bakpia yang memiliki perbedaan dalam tekstur, bahan isian, dan kemasan produk. Hal ini bertujuan untuk mengakomodasi selera konsumen yang beragam dan memberikan nilai tambah bagi produk bakpia.

Kedua, produsen bakpia aktif mempromosikan produk mereka melalui media sosial. Dengan memanfaatkan platform-platform digital, produsen dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial, baik lokal maupun internasional. Promosi yang intensif melalui media sosial membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bakpia sebagai produk kuliner unggulan Yogyakarta.

Selain itu, pemerintah juga memberikan bantuan kepada para produsen bakpia. Bantuan ini berupa penyediaan alat-alat yang dapat meningkatkan produktivitas dalam pembuatan bakpia. Dukungan dari pemerintah membantu produsen dalam meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi, sehingga bakpia dapat terus diproduksi secara efisien dan berkualitas tinggi.

Kata kunci: bakpia, produk wisata kuliner, unggulan, Yogyakarta

BAKPIA AS YOGYAKARTA'S LEADING CULINARY TOURISM PRODUCT

Widyawa Toni Sukendar, Christine Dian Permatasari, Dra., M.Hum.

Abstract

Bakpia is one of Yogyakarta's leading culinary products with great potential as a tourism attraction. This study aims to determine the efforts made by producers in maintaining Bakpia as Yogyakarta's superior culinary product. The research method used is descriptive qualitative, with data sources through interviews, observations, and documents.

The study results show that several efforts support the maintenance of Bakpia as Yogyakarta's superior culinary product. First, Bakpia manufacturers have developed product variations by creating different types of Bakpia that differ in texture, filling ingredients, and product packaging. This aims to accommodate diverse consumer tastes and provide added value for Bakpia products.

Second, Bakpia producers utilize social media to promote their products. By using digital platforms, manufacturers can reach a greater number of potential consumers, both domestically and abroad. Intensive social media marketing helps raise public awareness of Bakpia as Yogyakarta's finest culinary product.

Moreover, the government offers assistance to Bakpia producers. This assistance involves supplying tools that can increase Bakpia's production output. Government assistance assists producers in enhancing quality and production capacity so that Bakpia can continue to be efficiently and effectively produced.

Keywords: bakpia, culinary tourism products, superior, Yogyakarta