

**POSISI DAN RELASI *STAKEHOLDER* DALAM MENGEMBANGKAN
DESTINASI WISATA: STUDI KASUS BAKPIA JUWARA SATOE,
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGAYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU BIDANG SOSIOLOGI**

Disusun oleh:

KONIA PERMATA PUTRI

NIM 22107020046

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa: Konia Permata Putri
NIM : 22107020046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Sosiologi
Alamat Rumah : Perum Mustika Tigaraksa Blok F1/45, Tangerang, Banten

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi **Posisi dan Relasi Stakeholder dalam Mengembangkan Destinasi Wisata: Studi Kasus Bakpia Juwara Satoe, Yogyakarta** yang saya ajukan ini benar asli hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Yogyakarta, 16 Juli 2026
Yang Menyatakan,



Konia Permata Putri
22107020046

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Konia Permata Putri

NIM : 22107020046

Prodi : Sosiologi

Judul : Posisi dan Relasi Stakeholder dalam Mengembangkan Destinasi

Wisata : Studi Kasus Bakpia Juwara Satoe, Yogyakarta

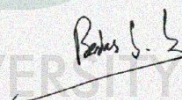
Telah dapat diajukan kepada fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb.

Yogyakarta, 16 Juli 2026
Pembimbing,



B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.
NIP. 198602242019031007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4540/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : POSISI DAN RELASI STAKEHOLDER DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI
WISATA: STUDI KASUS BAKPIA JUWARA SATOE, YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KONIA PERMATA PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 22107020046
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6af6aa7f0dc506

Ketua Sidang

B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.
SIGNED



Valid ID: 6a7d1cf14c279

Penguji I

Agus Saputro, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 6a7e97ec40efe

Penguji II

Kanita Khoirun Nisa, S.Pd. MA.
SIGNED



Valid ID: 6a83da07aadd5

Yogyakarta, 28 Juli 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

HALAMAN PERSEMBAHAN

Setiap halaman dari skripsi ini adalah saksi dari do'a, air mata dan harapan yang penulis persembahkan sebagai wujud ikhtiar dan tanggung jawab akademik atas perjalanan panjang yang telah dilalui. *Bismillahirrahmanirrahim* skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah. Terima kasih telah menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising. Terima kasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan di saat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup.
2. Kedua orang tua penulis, Mama dan Bapak. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun mama dan bapak tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan adanya

skripsi ini dapat membuat mama dan bapak lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertamanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga mama dan bapak selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.

3. Kepada Kakak laki-laki penulis Fido Riyadi Wicaksono, terima kasih telah memberikan dukungan dan do'a untuk adikmu ini, beliau lah yang menjadi contoh penompang dan penguat dalam setiap fase kehidupan penulis. Terima kasih telah menjadi kakak yang baik dan selalu ada untuk adikmu ini.
4. Bapak B.J. Sujibto selaku dosen pembimbing, terima kasih karena dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Untuk sahabat yang membersamai selama proses penulisan skripsi, Rifani Widya Aulia, Hawa Amalia Warda, dan Cindy Ayunda Fauzia. Terima kasih telah menjadi sosok sahabat yang selalu *supportive*, memberi dukungan, motivasi, semangat, do'a, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi. Tiada hentinya memberikan motivasi kepada penulis agar skripsi dapat selesai secara tepat waktu, dan berjuang agar siap menghadapi ujian sidang skripsi bersama.
6. Teruntuk teman-teman KKN 194 Semingin. Terima kasih sudah membuktikan bahwa teman KKN itu *not as bad as people say*, bahkan jika

masa KKN ini telah berakhir. Penulis akan tetap mengingat kalian sebagai bagian yang telah menghiasi perjalanan penulis semasa perkuliahan. *Thank you for all the memories, the laughter, and support.*

7. Terakhir, terima kasih kepada wanita manis, sederhana, kuat dan mandiri yaitu diri saya sendiri, Konia Permata Putri. Terima kasih atas perjalanan panjang yang telah dilalui sampai sejauh ini, banyak proses yang sudah dilalui, banyak air mata yang sudah dihapus pakai tangan sendiri, banyak lelah dan keluh kesah yang dipendam sendiri. Sampai detik ini, kuat karena diri sendiri yang selalu mengusahakan semua hal agar terlihat baik- baik saja. Bangga untuk setiap langkah kecilku, meskipun mudah menangis tapi tidak berhenti mencoba dan menyerah. Selamat merayakan kecemasan- kecemasan di tangga berikutnya, selamat berpetualang di level kehidupan selanjutnya, selamat berperang dengan pertanyaan ‘ kapan ’ yang tidak ada ujungnya. Tidak ada yang lebih indah dari menyaksikan proses dan pertumbuhan diri sendiri.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Posisi dan Relasi *Stakeholder* dalam Mengembangkan Destinasi Wisata: Studi Kasus Bakpia Juwara Satoe, Yogyakarta.”

Allah senantiasa memberikan kemudahan serta menguatkan hati dan pikiran peneliti di tengah kesulitan atau keraguan selama meneliti dan menulis skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr Noorhadi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., PhD selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Erika Setyani Kusumaputri, S.Psi., M.SI., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si selaku Ketua program studi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak B.J Sujibto, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan tulus dalam memberikan bimbingan, arahan, dan masukan kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

5. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si selaku dosen penasehat akademik yang selalu sabar dan tulus dalam memberikan bimbingan, arahan, dan masukan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
6. Kepada orang tua penulis yang senantiasa berkorban, memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan tiada henti.
7. Kepada civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang senantiasa ramah, baik, dan memberikan dukungan selama perkualiahan
8. Kepada teman-teman prodi sosiologi angkatan 2022 yang telah kebersamai, berjuang, dan memberikan kesan hangat dalam proses perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Kepada teman-teman KKN 117, khususnya kelompok 194, terima kasih karena selalu memberikan energi positif dan kesan yang baik bagi penulis.
10. Kepada Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian Perdagangan Kabupaten Sleman yang telah memberikan banyak informasi dan mempermudah dalam izin penelitian, serta memberikan motivasi bagi penulis.
11. Kepada seluruh informan masyarakat di Berbah Kawasan Bakpia Juwara Satoe atas keterbukaan, keramahan, dan kebaikannya untuk meluangkan waktu di sela-sela aktivitas yang padat.
12. Kepada teman-teman apadiah yaitu Rifani, Hawa, dan Cindy. Terima kasih selalu memberikan semangat, dorongan, dan energi positif bagi penulis.
13. Kepada semua pihak yang terlibat tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan do'a dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi pembaca sekalian.

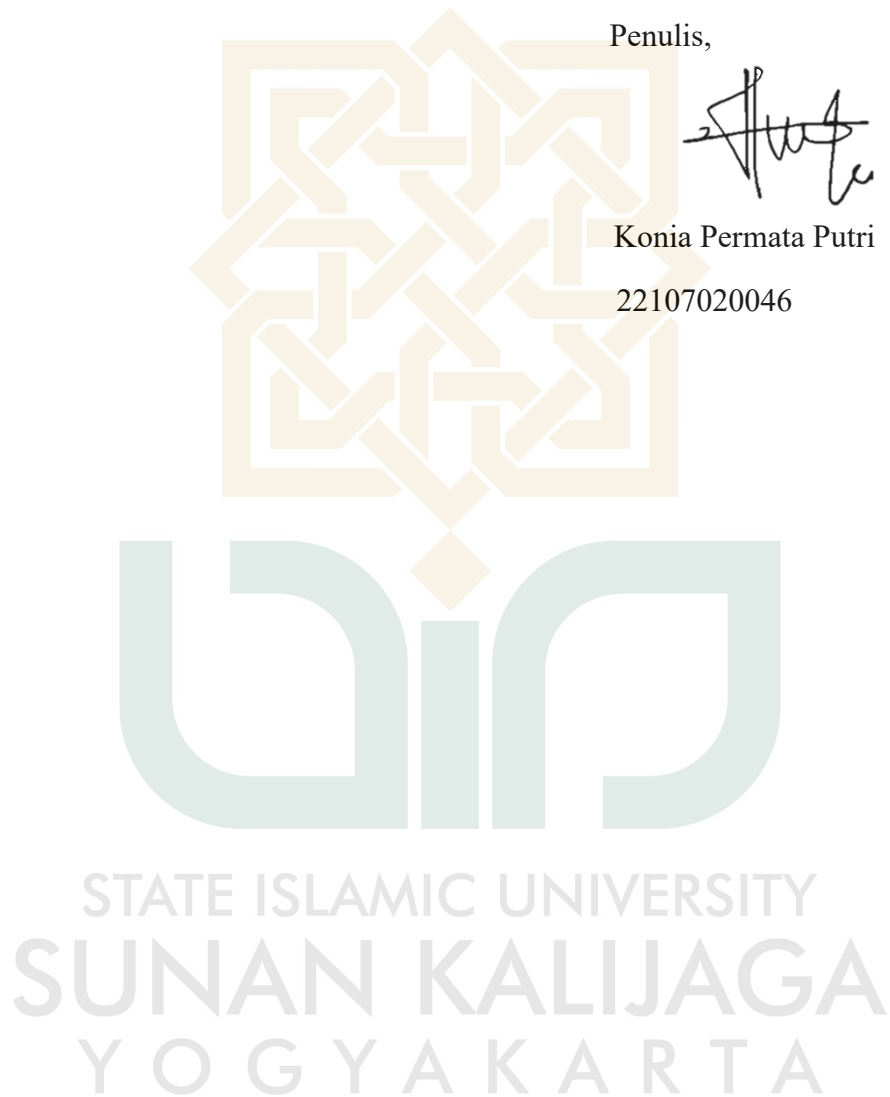
Yogyakarta, 16 Juli 2026

Penulis,



Konia Permata Putri

22107020046



ABSTRAK

Pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh pengelolaan suatu objek wisata, tetapi juga dipengaruhi oleh keterlibatan berbagai *stakeholder* yang saling berinteraksi dalam suatu jaringan. Bakpia Juwara Satoe merupakan salah satu usaha mengalami transformasi melalui industri berbasis produksi menjadi destinasi wisata edukasi sehingga melibatkan pemerintah, pemilik usaha, masyarakat, serta peran teknologi digital dalam proses pengembangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi masing-masing *stakeholder*, menganalisis relasi dan kontribusinya dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata, serta menganalisis strategi pengembangan melalui penggunaan media sosial dan promosi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Lokasi penelitian berada di Bakpia Juwara Satoe, Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri atas pemerintah, pemilik usaha, dan masyarakat. Validitas data dilakukan menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata merupakan hasil hubungan antara aktor manusia dan aktor non manusia dalam suatu jaringan. Pemerintah berperan sebagai fasilitator melalui dukungan kebijakan dan pembinaan, pemilik usaha berperan sebagai pengelola sekaligus penggerak utama pengembangan destinasi, sedangkan masyarakat berkontribusi melalui dukungan sosial, ekonomi, dan partisipasi terhadap aktivitas wisata. Selain itu, media sosial dan promosi digital berfungsi sebagai aktor non manusia yang memperkuat penyebaran informasi, membangun citra destinasi, memperluas jangkauan promosi, serta menghubungkan berbagai *stakeholder*. Berdasarkan perspektif *Actor-Network Theory* (ANT), keberhasilan pengembangan Bakpia Juwara Satoe tidak hanya ditentukan oleh peran masing-masing aktor, tetapi juga oleh hubungan, kolaborasi, dan jaringan yang terbentuk di antara aktor manusia maupun non-manusia dalam mendukung keberlanjutan destinasi wisata berbasis produksi.

Kata Kunci : *Stakeholder*, Posisi, Relasi, Destinasi Wisata, Bakpia Juwara Satoe, *Actor Network Theory* (ANT)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Landasan Teori	19
1. Definisi Konseptual	19
2. Kerangka Teori	22
3. Kerangka Berpikir	26
G. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Lokasi Penelitian	29
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
4. Sumber Data	31
5. Teknik Pengumpulan Data	32
6. Validitas Data (Triangulasi)	36
7. Analisis Data.....	38
H. Sistematika Pembahasan	40
BAB II GAMBARAN UMUM.....	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	46

BAB III DINAMIKA <i>STAKEHOLDER</i> DALAM PENGEMBANGAN BAKPIA JUWARA SATOE.....	50
A. <i>Stakeholder</i> dan Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	50
1. Posisi Masyarakat dalam Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	50
2. Posisi Pemilik Usaha dalam Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	57
3. Posisi Pemerintah dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe	63
B. Relasi Antar <i>Stakeholder</i> dalam Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	67
1. Relasi Pemerintah dan Pemilik Usaha.....	68
2. Relasi Masyarakat dan Pemilik Usaha	71
3. Relasi Masyarakat dan Pemerintah.....	72
4. Relasi Teknologi dengan <i>Stakeholder</i>	73
C. Strategi Pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai Destinasi Wisata melalui Penggunaan Promosi Digital	75
BAB IV RELASI DAN PERAN <i>STAKEHOLDER</i> DALAM PENGEMBANGAN BAKPIA JUWARA SATOE SEBAGAI DESTINASI WISATA.....	79
A. Keterlibatan <i>Stakeholder</i> dalam Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	80
B. Pembentukan Jaringan Aktor dalam Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	92
1. Teknologi (Aktor Non Manusia) dalam Tahap <i>Interessement</i>	93
2. Masyarakat dan Pelaku Usaha dalam Tahap <i>Enrollment</i>	95
3. Pemerintah dan Pemilik usaha dalam Tahapan <i>Enrollment</i>	96
C. Media Sosial sebagai Aktor Non Manusia dalam Penguatan Jaringan Pengembangan Bakpia Juwara Satoe	99
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tinjauan Pustaka	19
Tabel 2. 1 Klasifikasi Kriteria Informan	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 2. 1 Outlet Bakpia Juwara Satoe.....	42
Gambar 2. 2 Produksi Bakpia Juwara Satoe	43
Gambar 2. 3 Website dan Sosial Media Bakpia Juwara Satoe.....	44
Gambar 3. 1 Observasi Pengunjung Bakpia Juwara Satoe	51
Gambar 3. 2 Media Sosial dan Website	51
Gambar 3. 3 Review Google Maps	53
Gambar 3. 4 Media sosial Instagram.....	54
Gambar 3. 5 Website Kunjungan Sekolah MI Al-Hadi II dan MTsn 8 Sleman	55
Gambar 3. 6 Observasi Kunjungan	56
Gambar 3. 7 Review Google Maps dan Media Sosial	56
Gambar 3. 8 Kegiatan Kelas Memasak Ibu PKK di Bakpia	56
Gambar 3. 9 Proses Pembuatan Bakpia Kering dan Basah	58
Gambar 3. 10 Rangkaian Proses Produksi Bakpia	58
Gambar 3. 11 Varian bakpia kering rasa mini sambal dan gula tarik	59
Gambar 3. 12 Review Influencer	61
Gambar 3. 13 Event Land of Leisures.....	61
Gambar 3. 14 JAAF 2025.....	62
Gambar 3. 15 Kegiatan Table Top dan Pertemuan dengan ASMIPA.....	64
Gambar 3. 16 Sosial media Instagram Rumah Kreatif Sleman.....	66
Gambar 3. 17 Bagan Relasi Antar Stakeholder.....	68
Gambar 3. 18 Platform Instagram dan Shopee.....	76
Gambar 3. 19 Platform Shopee	76
Gambar 3. 20 Platform Tiktok dan Tiktok Shop.....	77

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata secara umum diartikan sebagai sebuah kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi dimana sekelompok atau seseorang meninggalkan tempat sebelumnya untuk menikmati kegiatan rekreasi.¹ Industri pariwisata hadir sebagai peningkatan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat, selain itu industri pariwisata memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian sehingga membuat negara penerima wisatawan berkompetisi untuk memperluas industri pariwisata.² Kemudian Industri Pariwisata menjadi sektor penting dalam perekonomian daerah yang dalam hal ini industri pariwisata berpartisipasi membuka lapangan pekerjaan dan berkontribusi terhadap pendapatan daerah serta menjadi salah satu cara dalam mempromosikan identitas lokal dan budaya.³ Pariwisata sebagai sektor strategis pembangunan ekonomi di Indonesia menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dengan pendapatan yang mengalami peningkatan, pada

¹ Yoesoep Edhie Rachmad et al., “Pengantar Pariwisata,” 2021.

² Dewa Ayu Diyah Sri Widari, “Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoriti Dan Empiris,” *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata* 1, no. 1 (2020): 1–11, <https://jurnal.akpar-denpasar.ac.id/index.php/diparojs/article/view/12>.

³ Jurnal Penelitian Ekonomi et al., “Jurnal Penelitian Ekonomi, Bisnis Dan Pariwisata” 1, no. 2 (2024): 54–62.

tahun 2023 industri pariwisata memberikan 5,8% terhadap PDB nasional dan diperkirakan akan terus mengalami kenaikan hingga 7,4% pada tahun 2027.⁴

Yogyakarta menjadi salah satu kota destinasi istimewa yang berada Indonesia yang berperan sebagai kota wisata. Yogyakarta menawarkan berbagai jenis wisata seperti wisata sejarah, wisata budaya, wisata alam hingga wisata kuliner.⁵ Wisata kuliner menjadi daya tarik yang menjadi strategi dalam perkembangan pariwisata,⁶ di samping itu Kota Yogyakarta memiliki letak geografis strategis dalam mengembangkan potensi objek wisata serta sarana dan prasarana yang mendukung sebagai kota tujuan berwisata.⁷ Yogyakarta memiliki enam kelompok destinasi wisata yang menjadi bagian pengembangan dan perencanaan pariwisata, salah satunya terdapat wisata kuliner meliputi; Angkringan, Gudeg, Bakmi Jawa, Kipo, dan Bakpia. Kemudian wisata kuliner menjadi industri wisata unggulan di Kota Yogyakarta yang memiliki ciri khas *urban tourism*,⁸ selain itu wisata *urban tourism* merupakan aktivitas wisata yang terletak di ruang kota dengan ciri karakteristik ekonomi berbasis non pertanian seperti perdagangan dan jasa, administrasi, serta manufaktur.

⁴ Hasana Fadilla, "Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia," *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 2, no. 1 (2024): 36–43, <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.375>.

⁵ Apriliany Sugito, "Inovasi Produk Bakpia Dengan Kumbu Tempe Sebagai Varian Baru Isian Untuk Mengembangkan Oleh-Oleh Khas Yogyakarta" 19, no. 1 (2024): 1–8.

⁶ Vivin Afanin Hasnah et al., "Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner" 1, no. 1 (2021): 141–54.

⁷ Ani Wijayanti, "Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta," *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11 Nomor 1 (2020): 74–82, <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>.

⁸ Ani Wijayanti, "Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia," *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11, no. 1 (2020): 74–82, <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>.

Selanjutnya *urban tourism* di dukung oleh Kota Yogyakarta menjadi salah satu daya tarik pariwisata karena terletak di kawasan strategi Pariwisata Nasional yang menjadikan destinasi utama di Indonesia dengan kesan khas dalam menawarkan berbagai produk wisata yaitu salah satunya wisata pada industri kuliner.⁹

Kemudian dalam perkembangan industri pariwisata di Yogyakarta berkaitan dengan perkembangan bakpia baik melalui pedagang khusus maupun umum.¹⁰ Di samping itu wisata kuliner di Yogyakarta menawarkan beragam makanan mempunyai rasa manis dan legit, salah satunya yaitu bakpia merupakan oleh-oleh khas berasal dari Yogyakarta yang merupakan sentral bakpia di Indonesia.¹¹ Selanjutnya tahun 1940 imigran yang berasal dari Tionghoa bernama *Kwik Sun Kwok* membawa bakpia ke Yogyakarta untuk kali pertamanya. Awal dibuatnya bakpia digunakan isian daging babi dan minyak, akan tetapi seiring mengikuti perkembangan agar bisa dinikmati serta menyesuaikan selera masyarakat dilakukan penyesuaian rasa bakpia menjadi isian kacang hijau tanpa menggunakan minyak maupun daging babi.¹²

⁹ F Rizki and R Pamardhi Utomo, "Kesesuaian Koridor Sumbu Filosofis Kota Yogyakarta Bagian Utara Terhadap Komponen Fisik Urban Tourism Suitability of the Northern City Part of Yogyakarta Philosophical Axis Corridor To" 19 (2024), <https://doi.org/10.20961/region.v19i1.66805>.

¹⁰ Luluk Nihayati Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo, "Dampak Sosial Perkembangan Bakpia Dalam Industri Pariwisata Di Pathuk Yogyakarta," n.d.

¹¹ Apriliany Sugito, "Inovasi Produk Bakpia Dengan Kumbu Tempe Sebagai Varian Baru Isian Untuk Mengembangkan Oleh-Oleh Khas Yogyakarta."

¹² Vironika Agustin Saputra, Nadya Putri Chandraningtyas, and Asep Parantika, "Pengembangan Wisata Gastronomi Pada Destinasi Wisata Di Kampung Pathuk Yogyakarta," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 7 (2023): 489–97, <https://doi.org/10.5281/zenodo.7826898>.

Bakpia berasal dari kata “*Tou Luk Pia*” dalam bahasa Tiongkok berarti kue kacang hijau, bakpia dikenal pertama di Yogyakarta terutama di daerah Pathuk sudah diproduksi sejak tahun 1948. Pada awalnya bakpia dijual tanpa memakai label atau kemasan dan dijual secara langsung. Akan tetapi seiring perkembangannya, kemasan bakpia mulai menggunakan kardus serta memakai label yang ditempelkan sesuai alamat rumah karena berawal melalui industri rumahan. Tahun 1992 bakpia mulai dikenal wisatawan dan menjadikan populer sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta sampai saat ini.¹³ Seiring berkembangnya zaman industri bakpia sudah turun temurun dan mengalami perubahan yaitu isian bakpia yang bervariasi yaitu keju, coklat, dan varian rasa buah seperti durian. Selanjutnya mengenai cara pengolahannya pun tidak hanya memakai tungku akan tetapi memakai oven dalam mesin, bahkan dikukus. Tekstur dari bakpia menjadi beragam ada yang basah, kering, dan mirip seperti tekstur bolu sebagai contoh Bakpia Tugu Yogyakarta.¹⁴

Oleh karena itu di tengah banyaknya produksi bakpia yang masih di produksi secara tradisional, hadirnya pelaku usaha kuliner mulai berkembang serta memanfaatkan ekonomi kreatif adalah Bakpia Juwara Satoe.¹⁵ Perusahaan tersebut mulai memproduksi pada tahun 2018 di Kecamatan Berbah, Kabupaten

¹³ Enny Mulyantari, “Culture , History , and Bakpia Pathok Processing Method as a Gastronomic Tourist Attraction in Yogyakarta,” n.d.

¹⁴ Vanesa Adisa, *Buah Tangan Khas Yogyakarta : Bakpia*, ed. Monica Intan (Yogyakarta: Cahaya harapan, 2024).

¹⁵ I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari and Made Dwi Kanaka Sarahswati, “Inovasi Produk Dan Branding Dalam Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan Ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta,” *Abdi Satya Dharma* 2, no. 2 (2024): 1–8, <https://doi.org/10.55822/absd.v2i2.573>.

Sleman, Yogyakarta. Di samping itu perusahaan mengembangkan bakpia kering dengan ketahanan penyimpanan hingga lima bulan melalui penerapan teknologi modern dan kemasan vakum. Inovasi yang dilakukan oleh Bakpia Juwara Satoe memunculkan bakpia basah pada tahun 2021 serta bakpia *crispy* pada tahun 2022 sampai 2023, bakpia tersebut memiliki tekstur renyah dan mempunyai masa simpan tiga hingga enam bulan. Selain itu, Bakpia Juwara Satoe memperbanyak varian rasa seperti gula tarik, durian keju hingga varian sambal khusus bakpia yang memiliki tekstur kering. Tujuan mengembangkan varian rasa karena untuk menjangkau pasar modern, inovasi produk akan terus berkembang akan tetapi perusahaan masih menjaga efesiensi produk dan keberlanjutan inovasi di Bakpia Juwara Satoe.¹⁶

Selain itu Bakpia Juwara Satoe menawarkan berbagai inovasi akan tetapi tetap mempertahankan esensi rasa tradisional dari bakpia. Bakpia Juwara Satoe dalam mengembangkan sebuah inovasi membuat untuk tetap relevan serta menyesuaikan pasar industri bakpia seperti menambahkan cita rasa baru dengan menyesuaikan zaman dan bisa dinikmati semua jenis kalangan, kemudian kemasan produk yang menarik sehingga banyak wisatawan akan terus tertarik membawa oleh-oleh dari Bakpia Juwara Satoe. Hadirnya industri bakpia tersebut bukan semata-mata karena untuk dijadikan oleh-oleh akan tetapi tetap menjadikan esensi bakpia sebagai makanan khas di Yogyakarta dan menjadi tujuan wisata untuk memberikan citra yang unik sebagai oleh-oleh

¹⁶ Ni Made et al., “Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional Melalui Proses Produksi Dan Inovasi Produk Pada PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta” 9, no. 2 (2025).

modern dimata wisatawan.¹⁷ Selanjutnya Bakpia Juwara Satoe memiliki konsep ekonomi kreatif yang menekankan pentingnya berinovasi, nilai budaya dan kreativitas dalam mengelola sebuah usaha. Penggunaan kemasan vakum menunjukkan peningkatan produk tanpa menghilangkan esensi cita rasa tradisional, selain itu pengembangan desain kemasan modern serta varian rasa beragam berkontribusi dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing hingga tingkat global. Maka dari itu Bakpia Juwara Satoe memiliki prinsip ekonomi kreatif dengan mempertahankan identitas lokal.¹⁸

Di samping itu Bakpia Juwara Satoe mengembangkan wisata kuliner berbasis produksi memiliki model pengembangan yang tidak hanya dipengaruhi oleh peran manusia akan tetapi melibatkan beberapa aktor non manusia. Unsur yang dimaksud meliputi, mesin pembuatan bakpia, produk bakpia hingga *platform* promosi digital hal tersebut akan membentuk interaksi antar pihak terlibat dan pengalaman wisata. Oleh karena itu adanya aktor non manusia terlibat dalam sebuah jaringan relasi pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat menghasilkan hubungan antara aktor manusia serta non manusia yang saling mempengaruhi.¹⁹

Kemudian pengembangan dan pengelolaan wisata dalam suatu daerah membutuhkan peran serta posisi pemangku kepentingan pariwisata yaitu

¹⁷ I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari and Made Dwi Kanaka Sarahswati, "Inovasi Produk Dan Branding Dalam Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan Ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta."

¹⁸ Made et al., "Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional Melalui Proses Produksi Dan Inovasi Produk Pada PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta."

¹⁹ PhD Prof. Ir Rudy C. Tarumingkeng, "Bruno Latour," 2024.

stakeholder, stakeholder dimaknai sebagai individu atau kelompok yang memiliki kepentingan serta pengaruh dalam pengembangan wisata.²⁰ Pada penelitian yang berfokus pada Bakpia Juwara Satoe teridentifikasi tiga *stakeholder* atau aktor utama dalam pengembangan wisata. *Pertama*, peran Pemerintah terutama Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian Perdagangan yang berperan sebagai regulator serta fasilitator. *Kedua*, Sektor Wisata yaitu pemilik serta pengelola Bakpia Juwara Satoe berperan sebagai pemilik usaha serta inovasi produk wisata dan *Ketiga* adalah masyarakat lokal di sekitar lokasi Bakpia Juwara Satoe juga berperan dalam pengembangan wisata.²¹

Maka dari itu, berdasarkan posisinya, ketiga *stakeholder* mempunyai peran saling melengkapi dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe. Dinas Pariwisata yang membuat aturan serta mendukung berjalannya sistem dalam pengembangan wisata tersebut, kemudian Bakpia Juwara Satoe sebagai pemilik usaha yang menyediakan produk dan pengalaman wisata dalam mengunjungi produksi pembuatan bakpia yang kini menjadi wisata untuk dikunjungi modern, akan tetapi tetap memiliki esensi tradisional melalui makanan tradisional bakpia. Sedangkan masyarakat berperan menciptakan lingkungan mendukung dengan suasana yang ramah sekitar produksi karena masyarakat juga bagian dari pemberdayaan untuk peluang lapangan pekerjaan bagi warga lokal di

²⁰ Dwi Priyo Ariyanto, Jaka Suyana, and Hilmy Yahya Rakha Wijaya, "Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengelolaan Desa Wisata Randugede Hidden Paradise," *Seminar Nasional Dalam Rangka Dies Natalis Ke-45 UNS Tahun 2021* 5, no. 1 (2021): 563–68.

²¹ Matheus Gratiano Mali, "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Pariwisata Era New Normal Di Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Aplikasi Visiting Jogja," *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata* 3, no. 1 (2021): 1–11, <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1796>.

sekitar produksi Bakpia Juwara Satoe. Oleh karena itu menganalisis ketiga hubungan *stakeholder* dalam pengembangan wisata Bakpia Juwara Satoe akan menentukan bagaimana Bakpia Juwara Satoe dikenal sebagai destinasi wisata yang menjunjung esensi makanan tradisional di era modern. Kemudian peranan *stakeholders* dalam pengelolaan destinasi pariwisata menjadikan salah satu unsur penting dalam mempertahankan perkembangan pasar wisata saat ini.²²

Di samping itu pentingnya keterlibatan *stakeholder* dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan serta memperkuat pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata.²³ Dalam hal ini mengidentifikasi bagaimana relasi peran pemerintah, swasta, pemilik brand, dan masyarakat lokal dalam membranding wisata pariwisata Bakpia Juwara Satoe. Maka dari itu relevansi relasi *stakeholder* untuk membranding destinasi sentra Bakpia Juwara Satoe selalu berkaitan dengan kontribusi besar sektor dalam perekonomian daerah. Data BPS (2023) mengindikasikan sektor pariwisata menyumbang 16,83% terhadap PDRB DIY, dengan sektor pengelolaan makan dan minum tumbuh dengan pesat sebesar 9,50%.

Oleh karena itu, hubungan antara beberapa dinas ini membentuk struktur, di mana Dinas Pariwisata, Perindustrian, dan Perdagangan memiliki peran ganda. Mencakup memberikan aturan serta bantuan dalam menerapkan beberapa kebijakan terkait izin usaha, sertifikasi, promosi industri makanan

²² Zam Zam Masrurun and Dyah Meutia Nastiti, "Wonosobo Stakeholders Analysis in the Development of A Strategic Tourism Area in Wonosobo Regency" 17, no. 1 (2023): 99–118.

²³ Rullyana Puspitaningrum Mamengko, "Peran Keterlibatan Multi-Stakeholder Penta-Helix Dalam Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Sektor Pariwisata," no. 2017 (n.d.).

dan pariwisata. Kemudian sektor swasta yang dipimpin oleh manajemen Bakpia Juwara Satoe bertujuan sebagai peran utama dalam inovasi dan pelopor ekonomi kemudian hasilnya membentuk branding modern bagi oleh-oleh khas Yogyakarta.²⁴ Maka dari itu penelitian ini menganalisis bagaimana relasi, peran, dan kepentingan dari *stakeholder* dalam mengidentifikasi peran pemerintah, swasta, masyarakat lokal dalam membranding industri pariwisata sentra oleh-oleh yaitu Bakpia Juwara Satoe.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana posisi dan relasi *stakeholder* dalam pengembangan destinasi wisata Bakpia Juwara Saote di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mengidentifikasi posisi masing-masing *stakeholder* dalam struktur pengembangan destinasi wisata Bakpia Juwara Satoe.
2. Menganalisis relasi dan kontribusi yang dijalankan oleh masing-masing *stakeholder* dalam mendukung pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata.

²⁴ Umi Muawanah et al., "Peran, Kepentingan Stakeholder Dan Dukungan Kebijakan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Budaya Bahari Di Malaumkarta, Kabupaten Sorong," *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 10, no. 2 (2020): 157, <https://doi.org/10.15578/jksekp.v10i2.8941>.

3. Menganalisis strategi pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata melalui penggunaan media sosial dan promosi digital.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian yang memberikan kontribusi dalam pengembangan teori khususnya dalam sosiologi pariwisata memberikan contoh nyata bagaimana hubungan sosial dan jaringan pemangku kepentingan seperti pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam membranding destinasi wisata.
2. Manfaat praktis
 - a. Pemerintah

Diharapkan melalui topik ini bisa menjadi pertimbangan untuk membuat kebijakan dan program pengembangan wisata kuliner berbasis produksi yang berkaitan antar *stakeholder*.
 - b. Pemilik Usaha Bakpia Juwara Satoe

Menjadikan strategi dalam mengembangkan pengelolaan wisata berbasis produksi terkhusus membangun relasi dengan pemerintah, masyarakat serta mengoptimalkan peran produk, ruang, dan media promosi sebagai bagian dari jaringan pengembangan sebuah usaha.
 - c. Masyarakat

Memberikan wawasan mengenai kerjasama lebih baik dan berpartisipasi lebih aktif dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe serta membuka peluang partisipasi ekonomi lokal.

d. Peneliti selanjutnya

Menjadi referensi untuk memudahkan dalam penelitian selanjutnya serta menjadi dasar untuk mengembangkan penelitian dengan berbagai aspek khususnya penerapan *Actor Network Theory* dalam konteks sosiologi pariwisata.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama penelitian ini berjudul “ Model Pengelolaan Homestay Dengan Pendekatan Keberlanjutan, Kearifan Lokan dan Budaya Keharmonisan Serta Keterlibatan *Stakeholder* di Kawasan Geopark Rinjani dan Kawasan Gunung Api Purba Desa Ngalanggeran Yogyakarta” yang dilakukan oleh Yoyok Antoni, Muh. Sultan Hali, dan Dimas Purnama Dewata yang dilakukan pada tahun 2023. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data dilakukan setelah data terkumpul kemudian diurutkan secara sistematis serta dijelaskan untuk memberikan gambaran yang jelas, untuk eksekusi di lapangan data yang diperoleh berupa informasi, foto dan dokumen yang berhubungan dengan keadaan desa. Teori yang digunakan seperti teori Konsep Desa Wisata, Strategi pemasaran serta pemasaran pariwisata. Hasil dari penelitian tersebut membahas identifikasi strategi

keterlibatan, kearifan lokal, keharmonisan, dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengembangan homestay.²⁵

Kedua penelitian ini berjudul “ Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Kreativitas dan Inovasi Produk Bakpia Juwara Satoe Dalam Strategi Pemasaran yang Efektif”. yang dilakukan oleh I Gusti Agung Ayu dan Made Dwi pada tahun 2022 dengan tujuan menganalisis peran inovasi produk dan branding dalam mendukung transformasi bisnis tradisional menuju ekonomi kreatif. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pengambilan data melalui observasi lapangan dimana peneliti mengamati alur proses produksi dalam melihat inovasi produk dan strategi menyesuaikan era digital yang dilakukan oleh Bakpia Juwara Satoe. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebuah inovasi seperti macam-macam rasa dengan varian baru serta packaging yang modern, didukung oleh strategi pemasaran digital tidak hanya meningkatkan penjualan akan tetapi memperluas jangkauan relasi pasar hingga ke kancah internasional maupun nasional. Disamping itu transformasi ini sangat berpengaruh positif pada masyarakat lokal dengan perantara penyediaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan serta mendukung pelestarian kuliner budaya lokal dengan menyoroti betapa pentingnya hubungan antara

²⁵ Uah Maspuroh Rina Amelia, Slamet Triyadi, “Model Pengelolaan Homestay Dengan Pendekatan Keberlanjutan, Kearifan Lokal Dan Budaya, Keharmonisan Serta Keterlibatan Stakeholder Di Kawasan Geopark Rinjani Dan Kawasan Gunung Api Purba Desa Nglanggeran Yogyakarta,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 23 (2023): 656–64.

pembaharuan produk, branding, dan ekonomi kreatif untuk mendukung keberlanjutan UMKM di era digital.²⁶

Ketiga penelitian ini berjudul “ Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Kreativitas dan Inovasi Produk Bakpia Juwara Satoe dalam Strategi Pemasaran yang efektif”. yang dilakukan oleh Bujangga Ayu dan I Gusti Agung Ayu pada tahun 2024. Bertujuan untuk mengetahui kreativitas dan inovasi strategi pemasaran dan pengembangan rasa pada produk Bakpia Juwara Satoe dan menggunakan teori keunggulan kompetitif, kreativitas dan inovasi produk dan strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode pengamatan pasif dimana pengamatan pasif merupakan pengumpulan data tanpa menggunakan intervensi atau partisipasi aktif atau hanya mengamati subjek, pengumpulan data melalui kunjungan lapangan secara langsung yang bertujuan untuk memahami proses pengerjaan di Bakpia Juwara Satoe. Hasil dari penelitian ini adalah dalam kreativitas dan inovasi produk yang merupakan bagian dari strategi-strategi dalam pemasaran seperti pengembangan varian rasa unik serta dalam segi pemasaran yang berguna untuk mempertahankan konsistensi posisi Bakpia Juwara Satoe untuk membangun keunggulan kompetitif.²⁷

Keempat penelitian ini berjudul “Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata di Kota Yogyakarta Indonesia”. Yang dilakukan oleh Ani

²⁶ I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari and Made Dwi Kanaka Sarahswati, “Inovasi Produk Dan Branding Dalam Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan Ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.”

²⁷ Bujangga Ayu Chitra Paramita and I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari, “Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Kreativitas Dan Inovasi Produk Bakpia Juwara Satoe Dalam Strategi Pemasaran Yang Efektif,” *Abdi Satya Dharma* 2, no. 2 (2024): 1–7, <https://doi.org/10.55822/absd.v2i2.574>.

Wijayanti pada tahun 2020, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana bertujuan untuk menggali potensi wisata kuliner untuk memperoleh gambaran secara komprehensif tentang bagaimana pengelolaan wisata kuliner di Kota Yogyakarta. Hal tersebut menjadikan dasar sebuah perumusan program yang strategis dan rencana aksi, data primer yang dikumpulkan melalui forum grup discussion untuk menggali informasi dari para *stakeholder*. Hasil dari penelitian merupakan mengidentifikasi isu strategi dan program prioritas untuk pengembangan wisata kuliner.²⁸

Kelima penelitian ini berjudul “Destinasi Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner” yang dilakukan oleh Nurul Aini dan Anam Miftakhul pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah membahas strategi dan program dalam membranding Kampung Lawang Seketeng sebagai destinasi wisata kuliner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara mendalam melalui data yang didapatkan dengan wawancara dengan narasumber kunci. Kemudian hasil dari penelitian ini adalah yang dilakukan berdasarkan tahapan destinasi branding yang ditemukan yaitu strategi dalam tim pengelola untuk mengembangkan kulinernya melalui aplikasi ojek online maupun media sosial sehingga keterkaitan antara wisata Heritage sangat

²⁸ Wijayanti, “Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia.”

berdampak pada wisata kuliner yang mampu memberikan jumlah peminat wisatawan.²⁹

Keenam penelitian ini berjudul “Kolaborasi Kreatif Kegiatan Pariwisata dan Pelestarian Budaya di Taman Budaya Yogyakarta.” yang dilakukan oleh Yulita Kusuma Sari, Agita Santa Maria, dan Riris Rinonce pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pola kolaborasi kreatif dalam kegiatan pariwisata melalui pelestarian budaya, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan induktif yang diperoleh melalui observasi lapangan, dan wawancara dalam setiap aktivitas yang dilakukan di Taman Budaya Yogyakarta akan dianalisis mengenai bentuk-bentuk dalam kolaborasi tersebut. Hasil dari penelitian bahwa nilai-nilai kegiatan, bentuk kegiatan, manajemen kegiatan, dan peran pemangku kepentingan adalah komponen yang mendorong kolaborasi kreatif, komunitas sebagai penggerak utama di acara Taman Budaya Yogyakarta. Pemerintah dan pengelola juga menyadari peran hal tersebut dalam sebagai daya tarik wisata dan tempat pelestarian budaya, mereka kemudian membuat kebijakan dan peraturan untuk mengatur kegiatan selain itu motivasi dan persepsi masyarakat terhadap pariwisata budaya yang berkembang seiring perkembangan teknologi informasi juga berdampak pada pembentukan kolaborasi kreatif dalam pariwisata dan pelestarian budaya di Taman Budaya Yogyakarta.³⁰

²⁹ Nurul Aini Raosindah Maruto and Anam Miftakhul Huda, “Destinasi Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner,” *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 8, no. 2 (2020): 118, <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11318>.

³⁰ Yulita Kusuma Sari, Agita Santa Maria, and Riris Rinonce Hapsari, “Kolaborasi Kreatif Kegiatan Pariwisata Dan Pelestarian Budaya Di Taman Budaya Yogyakarta (TBY),” *Journal of Indonesian*

Ketujuh penelitian ini berjudul “Komunikasi dan Optimalisasi Branding Pariwisata Berkelanjutan di Seribu Batu Songgo Langit Yogyakarta.” yang dilakukan oleh Dyaloka Puspita Ningrum pada tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari segala hal dalam aspek yang telah dilakukan oleh penyelenggara wisata untuk meningkatkan reputasi merek dan kualitas destinasi mereka, komunikasi sangat penting untuk mengukur pencapaian konsep pariwisata berkelanjutan saat ini karena memberikan dampak yang signifikan pada situasi saat ini dan masa depan. Kegiatan promosi, publikasi, branding destinasi wisata harus dikemas dengan cara ini terutama di tengah persaingan yang harus dihadapi penyelenggara. Metode yang dilakukan menggunakan deskriptif kualitatif dalam pendekatan interpretif. Hasil menunjukkan bahwa pengunjung tempat tersebut secara tidak langsung menciptakan sebuah merek unik, meskipun demikian, sejumlah besar taktik dan pendekatan pemasaran yang telah digunakan sebelumnya masih perlu diperbarui dengan semua serta manfaatnya pembangunan pariwisata yang sangat berkelanjutan sangat membantu menjaga keseimbangan ekosistem sehingga ke depannya semua *stakeholder* harus bekerja sama lebih erat.³¹

Kedelapan penelitian ini berjudul “Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan : Kajian Teoritis dan Empiris”. Yang dilakukan oleh Dewa Ayu Diyah Sri Widari pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah

Tourism, Hospitality, and Recreation 3, no. 1 (2020): 85–101, <http://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor>.

³¹ Dyaloka Puspita Ningrum, “Komunikasi Dan Optimalisasi Branding Pariwisata Berkelanjutan Di Seribu Batu Songgo Langit Yogyakarta,” *Scriptura* 12, no. 2 (2023): 72–81, <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.2.72-81>.

untuk mempelajari aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan dari kebijakan pembangunan berkelanjutan dan implementasi pariwisata. Metode untuk mengumpulkan data dengan melihat dokumen. Model pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh perubahan pola wisatawan dan psikografi mereka. Untuk menangani persaingan internasional dan domestik, pariwisata berkelanjutan diperlukan. Sementara pariwisata berkelanjutan penting, pemerintah pusat, pemerintah daerah, industri, dan masyarakat berkontribusi pada pengembangan kebijakan pariwisata. Namun, pertumbuhan ekonomi masih merupakan prioritas utama pemerintah di beberapa negara berkembang.³²

Kesembilan penelitian ini berjudul “Analisis *Stakeholders* dalam Pengembangan Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten Wonosobo” yang dilakukan oleh Dyah Meutia pada tahun 2023. Penelitian bertujuan mengidentifikasi, mendeskripsikan serta mengelompokkan hubungan pemangku kepentingan yang terlibat dalam sebuah pembangunan kawasan strategis pariwisata terhadap Kabupaten Wonosobo, teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dan studi pustaka. Kemudian mengenai analisis memiliki jumlah sampel yaitu empat puluh delapan *stakeholder* menggunakan teknik penentuan sampel secara *purposive*. Hasil penelitian ini mengidentifikasi bahwa terdapat dua puluh delapan *Stakeholders* berkepentingan erat dengan pembangunan kawasan, terdapat tiga *key player* atau *stakeholder* yang memiliki lebih banyak peran dominan terhadap keterlibatan pada kawasan pariwisata tersebut, dua

³² Widari, “Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoriti Dan Empiris.”

pemangku kepentingan, diantaranya merupakan kelompok *subject*; lima *stakeholders* termasuk dalam *context setter*; serta delapan belas lainnya adalah kelompok crowd.³³

Kesepuluh penelitian yang berjudul “ Analisis Peran *Stakeholders* dalam Pengelolaan Desa Wisata Randagude *Hidden Paradise*, , Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan” dilakukan oleh Evita Dewi , Agung Wibowo, dan Eny Lestari. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi peran *stakeholders* dalam pengelolaan Desa Wisata kemudian melihat peran antar *stakeholder* untuk mencapai sebuah tujuan bersama tanpa adanya konflik selama pembangunan desa wisata berlangsung. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengelompokan *stakeholder* yaitu primer, kunci dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer terdiri dari penduduk masyarakat desa, *stakeholder* kunci terdiri dari pengelola desa wisata yaitu sub unit BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) Randaguade yang bernama Randualas, investor, dan Dinas Kebudayaan serta Pariwisata, sedangkan *stakeholder* sekunder dari komunitas swasta, biro perjalanan pariwisata dan media massa. Masing-masing *stakeholders* memiliki peran atau posisinya masing-masing dalam pengelolaan desa wisata, antara lain sebagai *policy creator*, koordinator, fasilitator, implementer, akselerator. Posisi tersebut pada intinya adalah menciptakan

³³ Masrurun and Nastiti, “Wonosobo Stakeholders Analysis in the Development of A Strategic Tourism Area in Wonosobo Regency.”

output atau manfaat dalam pengembangan dan pengelolaan sebuah desa wisata di Randugede *Hidden Paradise*.³⁴

Tabel 1. 1 Tinjauan Pustaka

Aspek	Penelitian Terdahulu	Penelitian saat ini
Objek Penelitian	Wisata Kuliner di Yogyakarta atau Bakpia Juwara Satoe sebagai produk unggulan daerah	Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata berbasis produksi
Fokus Kajian	Inovasi produk, ekonomi kreatif, strategi pemasaran, dan branding destinasi	Relasi sosial, posisi, dan peran <i>stakeholder</i> dalam pengembangan destinasi wisata
Sudut Pandang	Ekonomi, manajemen, dan pemasaran pariwisata	Sosiologi pariwisata
<i>Stakeholder</i>	<i>Stakeholder</i> disebutkan secara umum	<i>Stakeholder</i> dianalisis secara spesifik (pemerintah, pemilik usaha, masyarakat lokal.)
Pendekatan Teori	Tidak menggunakan teori jaringan sosial secara khusus	Menggunakan Actor Network Theory (Bruno Latour)
Tujuan Penelitian	Meningkatkan daya saing dan nilai ekonomi wisata kuliner	Memahami jaringan relasi dan kontribusi <i>stakeholder</i> dalam pengembangan destinasi wisata
Hasil yang diharapkan	Rekomendasi pengembangan produk dan pemasaran	Pemetaan posisi dan relasi <i>stakeholder</i> dalam satu jaringan sosial

F. Landasan Teori

1. Definisi Konseptual

a. *Stakeholder*

Stakeholder atau disebut pemangku kepentingan adalah kelompok yang sangat luas dan beragam ada yang mendukung dan bermanfaat, namun adapula yang memberikan pengaruh megatif dan

³⁴ Ariyanto, Suyana, and Wijaya, "Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengelolaan Desa Wisata Randugede Hidden Paradise."

obstruktif dimana semua tergantung pada kebutuhan aspirasi yang berbeda-beda.³⁵ Secara umum, Freeman mengklasifikasikan *stakeholder* ke dalam dua kelompok besar, yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah pihak yang terkena dampak secara langsung dan memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan suatu usaha atau organisasi, sedangkan *stakeholder* sekunder adalah pihak yang terpengaruh secara tidak langsung namun tetap memiliki keterkaitan kepentingan.³⁶ Clarkson menegaskan bahwa *stakeholder* primer adalah kelompok yang tanpa keterlibatan berkelanjutan, suatu usaha tidak dapat bertahan sebagai entitas yang berjalan, sementara *stakeholder* sekunder bersifat memengaruhi atau dipengaruhi tanpa terlibat langsung dalam aktivitas inti usaha tersebut.³⁷ Selain itu, terdapat pula kategori *stakeholder* kunci, yaitu pihak primer maupun sekunder yang memiliki pengaruh dan posisi tawar (*bargaining position*) paling menentukan dalam pengambilan keputusan.

Dalam konteks pengembangan pariwisata secara lebih spesifik, Pitana dan Gayatri mengelompokkan *stakeholder* ke dalam tiga pilar utama, yaitu pemerintah, swasta atau pemilik usaha, dan masyarakat. Ketiga pilar ini saling berkaitan dalam satu sistem kepariwisataan.

³⁵ Astri Wulandari, *Stakeholder Communication*, ed. Catur Nugroho (Yogyakarta: Sedayu Sukses Makmur, 2020).

³⁶ R. E. (2010) Freeman, *Stakeholder Relation, Mengelola Stakeholder Melalui Komunikasi Strategis*, 2010.

³⁷ Astri Wulandari, *Stakeholder Communication*, ed. Catur Nugroho (Yogyakarta: Sedayu Sukses Makmur, 2020).

Dalam hal ini, pemerintah berperan sebagai motivator yang mendorong partisipasi masyarakat, fasilitator yang menyediakan infrastruktur dan regulasi pendukung, sekaligus dinamisator yang membangun sinergi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat.³⁸ Pengelompokan ini relevan digunakan dalam penelitian ini karena ketiga pilar tersebut merupakan aktor inti yang dianalisis posisinya dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata.

b. Destinasi Wisata

Destinasi pariwisata mengacu pada wilayah geografis seperti negara, pulau, atau kota. Namun, Tuochino & Konu (2014) mengatakan bahwa destinasi adalah suatu wilayah geografis yang dapat menarik wisatawan untuk tinggal sementara dan memiliki berbagai produk pariwisata, sehingga diperlukan berbagai syarat untuk mewujudkannya. Menurut Hu & Ritchie (1993) destinasi adalah sebuah paket (*bundle*) yang terdiri dari layanan fasilitas dan layanan pariwisata. Destinasi wisata adalah suatu wilayah geografis yang memiliki daya tarik seperti atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, sumber daya manusia, citra, dan harga.³⁹

³⁸ I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).

³⁹ zakiyah zahara Ira Nuriya Santi, *Pemasaran Pariwisata*, ed. Tiara Azhari (Ngaglik, Sleman: Depublish Digital, 2024).

c. Sejarah dan Pengertian Bakpia

Bakpia adalah makanan camilan yang berasal dari Yogyakarta mempunyai bentuk bulat dan pipih. Bakpia terbuat dari adonan tepung terigu yang dipanggang di dalam oven dengan isian kacang hijau. Bakpia merupakan makanan yang berasal dari Tiongkok. Di negara asalnya memiliki nama asli “*Tou Luk Pia*” yang secara harfiah berarti kue yang berisi daging. Dalam perkembangannya di Yogyakarta telah mengalami adaptasi rasa serta evolusi bentuk yang disesuaikan dengan lidah masyarakat lokal dan mayoritas muslim . Bakpia di Yogyakarta tidak lagi berisi daging melainkan berisi kacang hijau, dengan seiring perkembangannya variasi rasa mulai bermunculan seperti rasa keju, coklat, dan kacang hitam dan mengikuti perkembangan rasa sampai saat ini.⁴⁰

Bakpia merupakan hasil dari akulturasi atau perpaduan dua budaya yaitu Tionghoa dan Jawa. Pada tahun 1980-an bakpia menjadi semakin populer dan menjadi makanan yang banyak dicari, bahkan ketika Yogyakarta semakin ramai di datangi banyak orang.⁴¹

2. Kerangka Teori

Teori Jaringan Aktor (ANT) yang diperkenalkan oleh Bruno Latour, Michell Callon, dan John Law adalah suatu pendekatan sosiologis yang

⁴⁰ Agustina Dwi Rahayu, “Jejak Rasa Yogyakarta,” in *JEJAK RASA DARI YOGYA*, ed. Suladi (Jakarta Timur: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 13434BC).

⁴¹ Vanesa Adisa, *Buah Tangan Khas Yogyakarta : Bakpia*.

inovatif dalam menganalisis realitas sosial. Dasar dari ANT bahwa realitas sosial sebelumnya dibentuk melalui jaringan interaksi dan bergerak sebagai sebuah entitas yang dikenal sebagai aktor, oleh karena itu ANT tidak hanya mencakup individu manusia (aktor manusia) tetapi juga meliputi entitas non manusia. Kemudian setiap aktor dalam jaringan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi, mengubah, dan mempertahankan jaringan yang ada.⁴²

Oleh karena itu, terdapat beberapa pembahasan utama dalam teori ANT yang menjadi dasar analisis untuk penelitian ini yaitu *aktor* dan *aktan*. Dua terma ini memperluas pemahaman mengenai pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Dalam konteks penelitian ini, aktor yang berperan sebagai manusia mencakup Pemerintah (Dinas Pariwisata), Pemilik Bakpia Juwara Satoe, dan Masyarakat. Sementara itu aktor non manusia terdiri dari produk bakpia yang mempunyai karakteristik unik dari segi rasa, lokasi serta bangunan usaha dimana keberadaan aktor non manusia memiliki peranan membangun hubungan posisi aktor manusia serta menciptakan jaringan yang akan menganalisis posisi dan relasi *stakeholder* dalam mengembangkan destinasi wisata Bakpia Juwara Satoe.⁴³

Kemudian translasi (*translation*) merupakan suatu tahapan dimana suatu isu dipahami dengan cara membangun sebuah jaringan yang stabil, dalam Translasi memiliki empat tahap dalam prosesnya yaitu: (1)

⁴² Prof. Ir Rudy C. Tarumingkeng, "Bruno Latour."

⁴³ Arif Faizal, "Model Teori Jaringan Aktor (Actor-Network Theory) Destinasi Wisata Berbasis Kopi Kultur,," 2023.

Problematisation, dimana aktor utama yaitu pemilik usaha Bakpia Juwara Satoe merumuskan masalah dan menempatkan posisi mereka sebagai solusi, (2) *Interessement* usaha dalam menarik minat aktor-aktor yang terlibat, (3) *Enrolment* dimana dilakukan proses penugasan peran kepada aktor yang tertarik serta (4) *Mobilisation* memastikan bahwa para aktor yang telah direkrut untuk tetap berkomitmen pada tugas mereka. Kemudian proses inilah yang menjelaskan bagaimana gagasan dalam mengembangkan destinasi wisata dapat diintegrasikan serta di realisasikan bersama oleh berbagai pihak yang awalnya memiliki kepentingan berbeda-beda.⁴⁴

Oleh karena itu *Obligatory Passage Point* (OPP) adalah sebuah kondisi yang harus dilalui oleh semua aktor dalam suatu jejaring untuk mencapai sasaran mereka masing-masing. Dalam konteks penelitian ini, Destinasi Wisata Bakpia Juwara Satoe berfungsi sebagai OPP. Pemerintah perlu melibatkan destinasi dalam pembangunan pariwisatanya kemudian pengunjung harus berkunjung ke Bakpia Juwara Satoe agar mendapatkan pengalaman kuliner autentik dan masyarakat sekitar harus berinteraksi dengan destinasi untuk memperoleh manfaat ekonomi. Konsep OPP membantu menganalisis kekuatan serta ketergantungan di antara para pemangku kepentingan.⁴⁵

⁴⁴ *Reassembling The Social An Introduction To Actor Network Theory* (New York: United States by Oxford University Press Inc., New York, 2005).

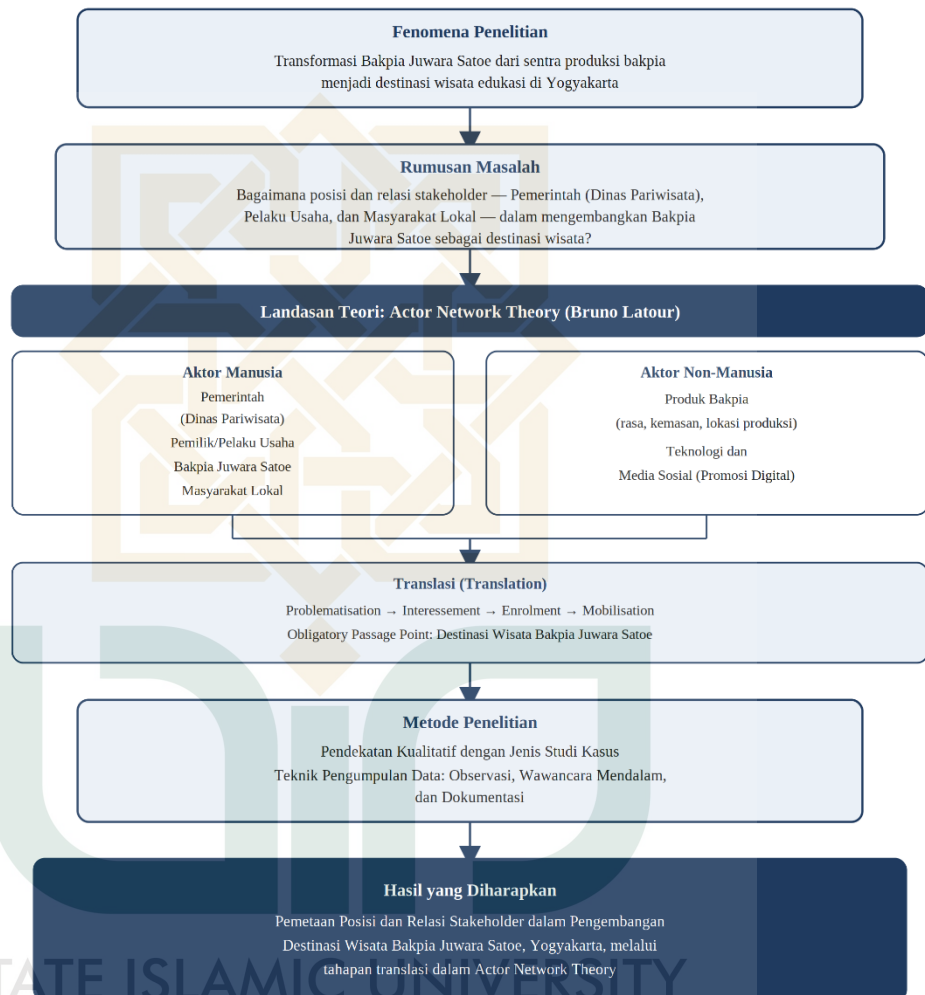
⁴⁵ B Latour, K Maqin, and J P Elbaz, *Reassembling the Social: Sebuah Pengantar Teori Jaringan-Aktor* (Antinomi, 2023), <https://books.google.co.id/books?id=UKPtEAAQBAJ>.

Maka dari itu Teori Jaringan Aktor (ANT) dipilih sebagai teori untuk menganalisis fokus dari penelitian yaitu posisi berbagai aktor dengan cara membangun hubungan jejaring antar pemangku kepentingan dalam mengembangkan Destinasi Pariwisata Bakpia Juwara Satoe. ANT tidak memetakan metode konvensional yang melihat bagaimana mereka berhubungan menggunakan pola yang tetap, melainkan melihat pola berubah berdasarkan interaksi sesama aktor ataupun kelompok berkepentingan.

Kemudian ANT membantu dalam menganalisis hubungan yang tidak hanya dilihat sebagai interaksi sosial maupun kesepakatan antara para pemangku kepentingan, tetapi sebagai hubungan yang melibatkan hal-hal sosial yang dibantu oleh objek yang ada. Misalnya hubungan antara pemilik usaha dan masyarakat tidak hanya mencakup komunikasi atau interaksi keduanya tetapi cara kedua belah pihak bekerjasama dalam mengembangkan Destinasi Wisata Bakpia Juwara Satoe.

3. Kerangka Berpikir

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Pada gambar diatas, penelitian ini meneliti masalah mengenai Analisis sosiologis relasi *stakeholder* dalam membranding destinasi wisata melalui studi kasus terhadap Bakpia Juwara Satoe sebagai oleh-oleh khas di Yogyakarta. Judul yang berfokus pada branding serta pengembangan Bakpia Juwara Satoe bukan hanya dilihat melalui aktivitas pemasaran akan tetapi sebagai suatu fenomena sosial yang kompleks. Oleh karena itu

rumusan masalah disusun untuk sebuah fenomena sosial tersebut seperti mempertanyakan apa struktur dan fungsi sistem pariwisata dalam mengidentifikasi peran biro pariwisata, swasta, masyarakat lokal serta membranding industri pariwisata yaitu sentra oleh-oleh khas Bakpia Juwara Satoe serta bagaimana kontribusi relasi *stakeholder* dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe. Pertanyaan dalam rumusan masalah tersebut untuk mengidentifikasi struktur maupun sistem pariwisata seperti siapa saja aktor atau lembaga dan fungsi dari masing-masing struktur tersebut dalam menjaga keseimbangan dalam sistem dengan tujuan membranding bakpia.

Teori Jaringan Aktor oleh Bruno Latour yang memfokuskan pada konsep *Actor Network Theory* (ANT). Teori ini dipilih karena dapat melihat fenomena sosial dengan cara berbeda, tidak hanya sebagai hubungan antara sesama aktor akan tetapi sebagai jaringan yang dibentuk oleh aktor manusia seperti Pemerintah, Pihak swasta atau pemilik Bakpia Juwara Satoe dan Masyarakat, Selain itu aktor non manusia seperti produk bakpia itu sendiri. Kemudian ANT memperluas arti dari “aktor” atau “peran” yang disebut (actant) terdiri dari aktor manusia dan non manusia, semua unsur tersebut memiliki kemampuan bertindak (agency) dalam membentuk dan mengubah arah jaringan yang dibentuk oleh dua unsur tersebut yang akan digunakan untuk menganalisis posisi serta relasi *stakeholder*.

Selanjutnya pendekatan pemecahan melalui analisis metode kualitatif dalam pendekatan studi kasus, teknik pengumpulan data dalam mengambil data melalui wawancara mendalam yang sangat sejalan untuk

lebih mendalami pemahaman bagaimana konsep dalam penelitian ini. Tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah meliputi mengidentifikasi struktur dan fungsi sistem pariwisata dalam membranding Bakpia Juwara Satoe. Penelitian ini akan berkonsentrasi pada menjelaskan peran dan tanggung jawab dari Biro Pariwisata atau Pemerintah Daerah serta menganalisis peran dan strategi yang digunakan produsen bakpia. Penelitian juga akan menggambarkan keterlibatan dan peran masyarakat lokal di sekitar sentra produksi bakpia. Menganalisis kontribusi relasi antar *stakeholder* dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe dengan cara mengidentifikasi jenis hubungan yang terbentuk antara biro pariwisata, pemilik usaha, dan masyarakat lokal.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan sebuah data dengan tujuan serta kegunaan suatu hal tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti merupakan kegiatan penelitian tersebut didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional yang berarti kegiatan penelitian dilakukan melalui cara-cara yang mudah dimengerti, sehingga terjangkau oleh pemikiran pembaca sedangkan empiris berarti suatu hal

yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia.⁴⁶ Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian atau metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan objek kunci.

Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan untuk memahami secara mendalam kompleksitas dalam relasi interaksi sosial dengan berbagai *stakeholder* dalam proses membranding Bakpia Juwara Satoe, pendekatan ini sesuai karena yang dibutuhkan bukanlah angka statistik melainkan narasi, motivasi, dan pengalaman para subjek.

Metode penelitian merujuk pada pendekatan sistematis yang digunakan dalam pengumpulan analisis, dan interpretasi data untuk menjawab pertanyaan dan mencapai tujuan, dalam penelitian ini menggunakan studi kasus dimana peneliti mendalami secara mendalam kasus dari fenomena konsep dalam judul ini untuk diapahami secara khusus.⁴⁷

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada outlet utama Bakpia Juwara Satoe yang memiliki pabrik untuk memproduksi bakpia yaitu berlokasi di Irebesan, Kalitirto, Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Daerah

⁴⁶ Prof. Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2013).

⁴⁷ Indra Tamaulina, Irmawati, Muhammad sabir, *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*, 2023.

Istimewa Yogyakarta. Pada penelitian ini menjadikan fokus di Berbah, Kabupaten Sleman dimana terdapat tempat produksi bakpia berlokasi, pemilihan yang didasarkan pada pertimbangan yang mendalam mengenai relevansi sosiologisnya dan sebagai fokus penelitian. Lokasi pembuatan bakpia di Brebah tidak hanya menjadi pusat produksi akan tetapi sudah bertransformasi menjadi salah satu destinasi wisata dalam pembuatan bakpia modern, fenomena ini menjadikan sebuah keunikan karena relasi antar *stakeholder* tidak hanya terbentuk dalam tingkat pemasaran dan distribusi tetapi menjadi konteks produksi dan juga kunjungan wisata.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan, terhitung sejak observasi awal pada Januari 2026 hingga wawancara mendalam pada April 2026. Rentang waktu ini pada awalnya direncanakan lebih singkat, namun dalam pelaksanaannya peneliti menyesuaikan jadwal dengan kesediaan informan, terutama pihak Dinas Pariwisata dan pengelola Bakpia Juwara Satoe yang memiliki kesibukan operasional pada hari kerja. Penyesuaian ini justru memberi keuntungan tersendiri karena peneliti dapat mengamati aktivitas produksi dan kunjungan wisata baik pada hari biasa maupun akhir pekan, sehingga variasi pola interaksi antar *stakeholder* dapat teramati lebih menyeluruh.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah *stakeholder* inti yaitu Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pemilik usaha Bakpia

Juwara Satoe serta masyarakat lokal kemudian untuk objek nya adalah relasi anatar *stakeholder* dalam proses membranding Bakpia Juwara Satoe sebagai bagian dari Destinasi Wisata Yogyakarta.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui penelitian atau pengumpulan data secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi. Data primer dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan spesifik sesuai dengan tujuan penelitian atau pengumpulan data.⁴⁸

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperlukan untuk melengkapi data primer yang telah dikumpulkan. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, laporan, dan basis data. Langkah ini diambil sebagai upaya untuk menyesuaikan kebutuhan pengumpulan data di lapangan.⁴⁹

⁴⁸ Prof. Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*.

⁴⁹ Prof. Dr Sugiyono.

5. Teknik Pengumpulan Data

Upaya yang dilakukan untuk memenuhi tujuan penelitian terpenuhi yaitu dengan menggunakan beberapa teknik pengambilan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁵⁰

Menurut Nasution (1998) observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan dan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Pada tahap ini observasi dilakukan untuk melihat bagaimana faktor dalam aktivitas pembuatan bakpia, kemudian aktivitas yang dilakukan pemilik usaha struktur dan fungsi sistem pariwisata dalam mengidentifikasi

⁵⁰ Prof. Dr Sugiyono.

peran biro pariwisata, swasta, masyarakat lokal dalam membranding industri pariwisata yaitu sentra oleh-oleh khas Bakpia Juwara Satoe serta bagaimana kontribusi relasi *stakeholder* dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe.

Observasi dilakukan pada hari Sabtu, 20 Januari 2026, sebagai observasi awal untuk mengenali kondisi lapangan. Pada pelaksanaannya, observasi tidak hanya dilakukan satu kali pada 20 Januari 2026, melainkan berlanjut secara insidental setiap kali peneliti melakukan kunjungan wawancara, mengingat banyak dinamika lapangan seperti perubahan jam operasional pabrik dan penyesuaian jadwal kunjungan wisatawan, yang tidak dapat sepenuhnya diprediksi sejak awal.

Dalam observasi ini peneliti melakukan penelitian pada lokasi untuk mengidentifikasi secara langsung data yang dibutuhkan. Pada hal itu menggambarkan kesesuaian dengan pendapat bahwa observasi merupakan hal untuk mengamati atau mengidentifikasi suatu objek yang sudah ditentukan. Karena hasil pengamatan setiap peneliti berbeda maka dalam pengamatan harus dikaitkan dengan dua hal, yaitu informasi yang terjadi dengan konteks dan hal-hal yang berkaitan di sekitarnya (Nasution 1992: 56-58).

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara langsung dan lisan kepada responden

untuk memperoleh informasi sesuai serta relevan bagi penelitian. Teknik wawancara sangat diperlukan untuk menggali lebih dalam mengenai topik yang sesuai dengan penelitian diantaranya.⁵¹ Teknik wawancara sangat diperlukan untuk menggali lebih dalam mengenai topik yang sesuai dengan penelitian diantaranya Pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Kemudian Swasta, Manager dan Tim Marketing ataupun Masyarakat lokal untuk mengetahui bagaimana peran dan struktur serta fungsi pariwisata, kemudian dapat mengetahui peran *stakeholder* dalam membranding Bakpia Juwara Satoe sebagai Destinasi Wisata.

Pada teknik wawancara ini menggunakan wawancara semistruktur (*semi structured interview*) Jenis wawancara sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana konteks dalam teknik ini lebih bebas dibandingkan dengan wawancara struktur. Tujuan dari wawancara pada jenis ini adalah untuk mempermudah permasalahan penelitian secara lebih terbuka dengan pihak terkait melakukan wawancara dengan menyertakan pendapat, dan pernyataan lainnya.⁵²

Wawancara penelitian dilaksanakan pada bulan April 2026 dengan informan seperti yaitu Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian Perdagangan, Pemilik atau bagian dari brand Bakpia Juwara Satoe, dan

⁵¹ John w. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitati, Dan Mixed*, 2010.

⁵² Prof. Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*.

masyarakat lokal di sekitar pabrik produksi di Berbah, Sleman. Dengan diadakan wawancara ini bertujuan agar memperoleh data yang sesuai mengenai struktur dan fungsi sistem pariwisata dalam membranding Bakpia Juwara Satoe serta peran dan tanggung jawab dari Pemerintah yang terdiri dari Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta Pemilik usaha dalam menganalisis peran dan strategi yang digunakan produsen bakpia. Menganalisis kontribusi relasi antar *stakeholder* dalam pengembangan Bakpia Juwara Satoe. Kemudian untuk alat wawancara seperti buku catatan, *Tape recorder*, dan kamera untuk mendokumentasikan wawancara dengan informan.

c. Dokumentasi

(Hardani et al., 2020) dokumentasi diartikan sebagai dokumen yang artinya barang tertulis. Metode dokumentasi berarti metode dengan cara mengumpulkan data dengan mencatat data- data yang sudah ada. Dalam konteks penelitian ini dokumen diketahui sebagai data sumber yang tertulis atau tercatat mengenai informasi relevan mengenai objek penelitian, data ini membantu peneliti memperoleh data bersifat sekunder untuk melengkapi data primer yang didapatkan melalui wawancara dan observasi. Kemudian metode dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data dari instansi atau lembaga terkait yaitu Bakpia Juwara Satoe. Dalam hal ini diperlukan studi literatur terhadap berbagai sumber tulisan lainnya yaitu meliputi catatan- catatan resmi, buku, referensi mengenai artikel jurnal ilmiah maupun laporan hasil penelitian

sebelumnya serta penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan mengenai topik penelitian.

6. Validitas Data (Triangulasi)

Validitas mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat dianggap valid atau sah. Instrumen yang memiliki tingkat validitas tinggi mampu mengukur dengan akurat apa yang dimaksudkan dan mengungkap data variabel yang diteliti. Validitas yang tinggi menunjukkan bahwa data yang terkumpul sesuai dengan gambaran variabel yang dimaksud, sementara validitas yang rendah menunjukkan adanya potensi penyimpangan.⁵³

Dalam teknik pengumpulan data melalui triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada, apabila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data, kemudian terdapat teknik triangulasi,⁵⁴ seperti :

a. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik berarti dalam penelitian menggunakan teknik pengumpulan yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber

⁵³ Tamaulina, Irmawati, Muhammad sabir, *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*.

⁵⁴ Prof. Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*.

yang sama. Dalam teknik ini menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.⁵⁵

b. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber melibatkan pengecekan data dari satu jenis melalui beberapa sumber yang berbeda.⁵⁶ Dengan mencari informasi dari berbagai narasumber atau lokasi penelitian, misalkan mencari sumber melalui sentra bakpia selain Bakpia Juwara Satoe yang bertujuan untuk memastikan konsistensi informasi, sebagai contoh outlet Bakpia Juwara Satoe sebagai agen yang mempunyai destinasi wisata dalam produksi bakpia mengenai peran dalam membranding Bakpia Juwara Satoe kemudian diverifikasi dan dilengkapi dengan wawancara kepada Dinas Pariwisata mengenai struktur dan fungsi peran dalam membranding Bakpia Juwara Satoe sebagai oleh-oleh khas di Yogyakarta dan kemudian masyarakat lokal. Dengan demikian adanya triangulasi sumber berfungsi sebagai strategi untuk meminimalisasi bias dari sudut pandang tunggal serta untuk menemukan jawaban yang lebih mendalam.

⁵⁵ Tamaulina, Irmawati, Muhammad sabir, *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*.

⁵⁶ Tamaulina, Irmawati, Muhammad sabir.

7. Analisis Data

Analisis data kualitatif (Miles dan Huberman, 1992) menyatakan bahwa data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data yang dikumpulkan dengan berbagai macam cara yaitu pengamatan yang terlibat, wawancara dan selanjutnya proses yang dilakukan melalui rekaman, pencatatan, dan pengetikan, akan tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata seperti biasanya untuk disusun ke dalam teks yang diperluas.

Menurut Miles dan Huberman (1992) terbagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur tersebut adalah (1) reduksi data (*data reduction*); (2) penyajian data (*data display*); (3) penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa narasi deskriptif kualitatif, meskipun ada data dokumen yang bersifat kuantitatif juga bersifat deskriptif. Tidak ada analisis data secara statistik dalam penelitian kualitatif. Analisis bersifat naratif kualitatif dengan mencari kesamaan- kesamaan dan perbedaan informasi (Hardani et al., 2020).

Selanjutnya reduksi data dilakukan secara terus menerus selama pengumpulan data berlangsung. Walaupun pada dasarnya reduksi yang dilakukan di awal sudah tampak pada saat membuat kerangka

konseptual, wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan penelitian dengan metode pengambilan data yang sudah dipilih sebelumnya.

Pada saat pengumpulan data berlangsung terjadilah tahapan reduksi selanjutnya seperti membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat bagan, dan membuat catatan kaki. Intinya reduksi data terjadi sampai penulisan laporan akhir penelitian.⁵⁷

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yang dimaksud Miles dan Huberman merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif masa lalu adalah bentuk teks naratif. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Kemudian dengan cara mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi serta merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

(Hardani et al., 2020)

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah

⁵⁷ Prof. Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*.

bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Simpulan adalah inti sari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat terakhir yang berdasarkan pada uraian sebelumnya atau keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif. Simpulan yang dibuat harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan, dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, akan tetapi kemungkinan juga tidak. Karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.⁵⁸

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pembahasan dilakukan agar penulisan dalam penelitian ini lebih mudah dipahami, sistematika pembahasan pada bab ini terbagi menjadi lima bab dengan susunan berikut:

1) BAB I, PENDAHULUAN

⁵⁸ Prof. Dr Sugiyono.

Merupakan bab meliputi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penulisan. Pada bab pertama menjelaskan mengenai gambaran dari objek yang akan diteliti hingga menjelaskan teori yang relevan.

2) BAB II, GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran umum lokasi penelitian membahas tentang latar belakang lokasi penelitian dan mengenai posisi dan relasi *stakeholder* Bakpia Juwara Satoe sebagai destinasi wisata berbasis produksi.

3) BAB III, PENYAJIAN DATA

Bab ini menyajikan data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Hasil wawancara dengan narasumber akan diolah menjadi deskripsi untuk memudahkan dalam menganalisis data.

4) BAB IV, ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang inti dari analisis data yang ada di lapangan yang akan dikaitkan dengan teori jaringan aktor Bruno Latour sebagai pisau analisisnya.

5) BAB V, PENUTUP

Penutup sebagai bab terakhir berisi mengenai kesimpulan dan saran atau rekomendasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan destinasi wisata Bakpia Juwara satoe memiliki posisi, dan relasi pemilik usaha, masyarakat, dan pemerintah sebagai *stakeholder*. Dalam hal ini pemilik usaha sebagai *stakeholder* utama memiliki posisi sebagai inovasi produk dan pengembang strategi pemasaran. Inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik usaha berupa menambahkan jenis bakpia basah karena sebelumnya Bakpia Juwara satoe hanya menghadirkan jenis bakpia kering (*crispy*), kemudian dalam pengembangannya melakukan inovasi pada varian rasa bakpia seperti, bakpia kering dengan rasa mini sambal dan gula tarik, sedangkan varian bakpia basah seperti kacang hijau asin, kumbu hitam, keju, dan coklat, serta varian buah yaitu, nanas dan durian.

Inovasi produk yang dilakukan pemilik usaha berupa pembuatan bakpia memakai standar produksi mesin modern. Pemilik usaha sebagai pengembang strategi pemasaran ditunjukkan dalam bentuk pemasaran *offline* dengan berkontribusi dan mempromosikan langsung kepada para pengunjung ataupun kolaborasi dengan *event* yang berada di Yogyakarta, kemudian dalam bentuk *online* menggunakan media sosial dengan kolaborasi bersama *influencer* lokal maupun nasional. Hal tersebut bertujuan supaya Bakpia Juwara Satoe dengan mudah dikenal masyarakat lokal maupun luar Yogyakarta.

Di samping itu dalam penelitian ini *stakeholder* masyarakat memiliki posisi sebagai konsumen, promotor, dan peran dalam wisata berbasis edukasi. Kontribusi masyarakat sebagai konsumen membuktikan peran dalam mendukung pengembangan destinasi wisata dengan membeli produk Bakpia Juwara Satoe. Selain itu posisi masyarakat sebagai promotor ditunjukkan melalui keterlibatan masyarakat dalam memberikan informasi kepada orang-orang terdekat, kemudian *review* terhadap tempat yang dikunjungi melalui *google maps*, selain itu masyarakat memiliki posisi sebagai promotor dapat dilihat dengan keberadaan *food vlogger* sebagai perantara dalam mempromosikan melalui media sosial. Kemudian adanya posisi masyarakat yang berperan dalam wisata edukasi, masyarakat tidak hanya memenuhi kegiatan kunjungan, akan tetapi keterlibatan masyarakat dalam wisata berbasis edukasi dalam pembuatan bakpia. Sehingga kegiatan tersebut dapat memberikan pembelajaran mulai dari sejarah Bakpia Juwara Satoe hingga praktik dalam pembuatan bakpia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan pemerintah sebagai stakeholder yang mendukung keberlangsungan pengembangan Bakpia Juwara Satoe. Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian Perdagangan memiliki posisi sebagai fasilitator dan membantu dalam legalitas usaha, dimana pemerintah khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan memberikan dukungan melalui legalitas usaha, agar pemilik usaha menjadi sah dalam ranah hukum. Oleh karena itu posisi pemerintah sebagai pendukung dalam pengembangan destinasi wisata Bakpia Juwara Satoe ini.

Oleh karena itu melalui pendekatan *Actor Network Theory* (ANT) Bruno Latour bahwa sebuah aktor akan terbentuk melalui jaringan hubungan antara aktor manusia dan non manusia. Dimana aktor manusia terdiri dari pemilik usaha, masyarakat, dan pemerintah. Sedangkan aktor non manusia terdapat relasi teknologi direalisasikan melalui promosi digital (media sosial) yang dilakukan oleh aktor utama Bakpia Juwara Satoe. Dalam pembahasan menggunakan *Actor Network Theory* (ANT) melalui empat proses tahapan *translation* yaitu *problematization, interessement, enrolment, mobilisation*. (1) *problematization* dimana sebagai aktor utama pemilik usaha sebagai awal mula kemunculan konflik, (2) *interessement* merupakan tahapan penarikan relasi teknologi dengan *stakeholder*, (3) *enrolment* tahapan keterlibatan *stakeholder* dimana relasi antara masyarakat dan pemilik usaha, kemudian pemerintah dengan pemilik usaha yang artinya menerapkan peran dari masing-masing aktor. (4) *mobilisation* keseluruhan aktor terlibat dalam sebuah jaringan berhasil menjalankan perannya masing-masing sehingga terbentuk jaringan yang berasal melalui keterlibatan aktor manusia maupun non manusia.

B. Saran

1. Bagi pemilik usaha Bakpia Juwara Satoe tetap mempertahankan kolaborasi antar *stakeholder* dalam pengembangan destinasi wisata, kemudian memperkuat destinasi wisata berbasis edukasi serta memaksimalkan strategi pemasaran dalam bentuk media sosial agar Bakpia Juwara Satoe dikenal semakin banyak oleh masyarakat luar Yogyakarta.

2. Peneliti selanjutnya, untuk bisa memfokuskan pada kajian sosiologi pariwisata dan memperluas *stakeholder* seperti biro pariwisata maupun agen travel karena merupakan bagian dari cakupan *stakeholder*. Kemudian menambahkan objek penelitian sebagai pembanding dan penguat dalam penelitian selanjutnya.
3. Bagi pengembang informan penelitian, ketika melakukan wawancara harus memastikan jawaban informan yang akan menjadi data penelitian menggunakan triangulasi sumber serta mengkonfirmasi kebenaran jawaban informan. Selanjutnya menambahkan pertanyaan mengenai keberadaan teknologi sebagai analisis menggunakan *Actor Network Theory* (ANT) sebagai bagian aktor non manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak, Gede Bagus, Suwendra Putra, and Kadek Julia Mahadewi. "Analisis Pemasaran Produk Bakpia : Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Lokal" 6, no. September (2025): 1336–43.
- Ani Wijayanti. "Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta,." *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11 Nomor 1 (2020): 74–82. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>.
- Apriliany Sugito. "Inovasi Produk Bakpia Dengan Kumbu Tempe Sebagai Varian Baru Isian Untuk Mengembangkan Oleh-Oleh Khas Yogyakarta" 19, no. 1 (2024): 1–8.
- Arif Faizal. "Model Teori Jaringan Aktor (Actor-Network Theory) Destinasi Wisata Berbasis Kopi Kultur,." 2023.
- Ariyanto, Dwi Priyo, Jaka Suyana, and Hilmy Yahya Rakha Wijaya. "Analisis Peran *Stakeholders* Dalam Pengelolaan Desa Wisata Randugede Hidden Paradise." *Seminar Nasional Dalam Rangka Dies Natalis Ke-45 UNS Tahun 2021* 5, no. 1 (2021): 563–68.
- Astri Wulandari. *Stakeholder Communication*. Edited by Catur Nugroho. Yogyakarta: Sedayu Sukses Makmur, 2020.
- B. Joseph Pine II, and James H. Gilmore. "The Experience Economy,." 2011. <https://doi.org/978142216197>.
- Chandra, Marchel Yonathan, Tegar Fitrandicha Santoso, and Tantri Arif Wiyanto. "Proses Pengolahan Bakpia Di PT Pia Juwara Satoe,." 2024.
- Ekonomi, Jurnal Penelitian, Bisnis Pariwisata, Ketahanan Pangan, Nasional Dan, Kesejahteraan Petani, and Dhea Candra Dewi. "Jurnal Penelitian Ekonomi, Bisnis Dan Pariwisata" 1, no. 2 (2024): 54–62.
- Fadilla, Hasana. "Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia." *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 2, no. 1 (2024): 36–43. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.375>.
- Freeman, R. E. (2010). *Stakeholder Relation, Mengelola Stakeholder Melalui Komunikasi Strategis*, 2010.
- Hasnah, Vivin Afanin, Setyo Prasiyono Nugroho, Atraksi Wisata, and Wisata Kuliner. "Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner" 1, no. 1 (2021): 141–54.
- I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari, and Made Dwi Kanaka Sarahswati.

- “Inovasi Produk Dan Branding Dalam Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan Ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta.” *Abdi Satya Dharma* 2, no. 2 (2024): 1–8. <https://doi.org/10.55822/absd.v2i2.573>.
- Ira Nuriya Santi, zakiyah zahara. *Pemasaran Pariwisata*. Edited by Tiara Azhari. Ngaglik, Sleman: Depublish Digital, 2024.
- Jaringan, Representasi, Dalam Novel, Nadira Karya, Leila S Chudori, Program Studi, Pendidikan Bahasa, Fakultas Bahasa, and Universitas Negeri Surabaya. “Representasi Jaringan Dalam Novel Nadira Karya Leila S. Chudori (Kajian Teori Jaringan-Aktor Michel Callon),” no. 4 (2017): 1–10.
- John w. Creswell. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitati, Dan Mixed*, 2010.
- Kusuma Sari, Yulita, Agita Santa Maria, and Riris Rinonce Hapsari. “Kolaborasi Kreatif Kegiatan Pariwisata Dan Pelestarian Budaya Di Taman Budaya Yogyakarta (TBY).” *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality, and Recreation* 3, no. 1 (2020): 85–101. <http://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor>.
- Latour, B, K Maqin, and J P Elbaz. *Reassembling the Social: Sebuah Pengantar Teori Jaringan-Aktor*. Antinomi, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=UKPtEAAAQBAJ>.
- Lestanti, Dhona, Riyan Roserina, Djoko Wintolo, Irvan Jaya Saputra, Anzilna Luthfa Asyfiya, Kartika Dwi Sari, and Salsabila Lathifa Putri. *Kabupaten Sleman Dalam Angka Sleman Regency in Figures 2022*. Edited by BPS Kabupaten Sleman. Yogyakarta, Sleman: BPS Kabupaten Sleman, 2023.
- Made, Ni, Widiastuti Pramesti, Putu Sri, Arta Jaya, and Anak Agung Ira. “Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional Melalui Proses Produksi Dan Inovasi Produk Pada PT Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta” 9, no. 2 (2025).
- Mali, Matheus Gratiano. “Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Pariwisata Era New Normal Di Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Aplikasi Visiting Jogja.” *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata* 3, no. 1 (2021): 1–11. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1796>.
- Mamengko, Rullyana Puspitaningrum. “Peran Keterlibatan Multi-Stakeholder Penta-Helix Dalam Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Sektor Pariwisata,” no. 2017 (n.d.).
- Maruto, Nurul Aini Raosindah, and Anam Miftakhul Huda. “Destinasi Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner.” *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 8, no. 2 (2020): 118. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11318>.
- Masrurun, Zam Zam, and Dyah Meutia Nastiti. “Wonosobo Stakeholders Analysis

- in the Development of A Strategic Tourism Area in Wonosobo Regency” 17, no. 1 (2023): 99–118.
- Muawanah, Umi, Nendah Kurniasari, Permana Ari Soejarwo, and Christina Yuliaty. “Peran, Kepentingan *Stakeholder* Dan Dukungan Kebijakan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Budaya Bahari Di Malaumkarta, Kabupaten Sorong.” *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 10, no. 2 (2020): 157. <https://doi.org/10.15578/jksekp.v10i2.8941>.
- Mulyantari, Enny. “Culture , History , and Bakpia Pathok Processing Method as a Gastronomic Tourist Attraction in Yogyakarta,” n.d.
- Nihayati Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Luluk. “Dampak Sosial Perkembangan Bakpia Dalam Industri Pariwisata Di Pathuk Yogyakarta,” n.d.
- Ningrum, Dyaloka Puspita. “Komunikasi Dan Optimalisasi Branding Pariwisata Berkelanjutan Di Seribu Batu Songgo Langit Yogyakarta.” *Scriptura* 12, no. 2 (2023): 72–81. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.2.72-81>.
- Paramita, Bujangga Ayu Chitra, and I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari. “Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Kreativitas Dan Inovasi Produk Bakpia Juwara Satoe Dalam Strategi Pemasaran Yang Efektif.” *Abdi Satya Dharma* 2, no. 2 (2024): 1–7. <https://doi.org/10.55822/absd.v2i2.574>.
- “Praktik Kerja Industri Pengolahan Pangan Untuk Memahami Secara Langsung Proses Produksi Bakpia Dan Permasalahannya Serta Cara Pengendaliannya,” 2023, 1–3.
- Prof. Dr Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, 2013.
- Prof. Ir Rudy C. Tarumingkeng, PhD. “Bruno Latour,” 2024.
- Rachmad, Yoesoep Edhie, Syamsu Rijal, Risma Niswaty, and Haedar Akib. “Pengantar Pariwisata,” 2021.
- Rahayu, Agustina Dwi. “Jejak Rasa Yogyakarta.” In *Jejak Rasa dari Yogya*, edited by Suladi. Jakarta Timur: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 13434BC.
- Reassembling The Social An Introduction To Actor Network Theory*. New York: United States by Oxford University Press Inc., New York, 2005.
- Rina Amelia, Slamet Triyadi, Uah Maspuroh. “Model Pengelolaan Homestay Dengan Pendekatan Keberlanjutan, Kearifan Lokal Dan Budaya, Keharmonisan Serta Keterlibatan *Stakeholder* Di Kawasan Geopark Rinjani Dan Kawasan Gunung Api Purba Desa Nglanggeran Yogyakarta.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 23 (2023): 656–64.
- Rizki, F, and R Pamardhi Utomo. “Kesesuaian Koridor Sumbu Filosofis Kota Yogyakarta Bagian Utara Terhadap Komponen Fisik Urban Tourism

Suitability of the Northern City Part of Yogyakarta Philosophical Axis Corridor To” 19 (2024). <https://doi.org/10.20961/region.v19i1.66805>.

Saputra, Vironika Agustin, Nadya Putri Chandraningtyas, and Asep Parantika. “Pengembangan Wisata Gastronomi Pada Destinasi Wisata Di Kampung Pathuk Yogyakarta.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 7 (2023): 489–97. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7826898>.

Tamaulina, Irmawati, Muhammad sabir, Indra. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*, 2023.

Trianjani, Sagung Putri, Ni Putu, Bintang Andini, Ni Putu, Rika Pradewi, and I Gusti Ngurah. “Penguatan Branding Bakpia Juwara Satoe Berbasis Konten Proses Produk Yang Higienis (Strengthening The Branding Of Bakpia Juwara Satoe Based on Hygienic Production Process Content)” 5, no. 1 (2025): 60–70.

Vanessa Adisa. *Buah Tangan Khas Yogyakarta : Bakpia*. Edited by Monica Intan. Yogyakarta: Cahaya harapan, 2024.

Widari, Dewa Ayu Diah Sri. “Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoriti Dan Empiris.” *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata* 1, no. 1 (2020): 1–11. <https://jurnal.akpar-denpasar.ac.id/index.php/diparojs/article/view/12>.

Wijayanti, Ani. “Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia.” *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11, no. 1 (2020): 74–82. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA