

INOVASI VARIASI PRODUK BAKPIA SEK'ECO, PELATIHAN SISTEM MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING**Manendha Maganitri Kundala¹, Dwi Novitasari², Khoirunnisa Cahya Firdarini³,****Dhea Azzahra⁴, Kartika Sugiarti⁵**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Email : manendha@stieww.ac.id, novita@stieww.ac.id,

firdarini@stieww.ac.id, dheazzahra03@gmail.com

Abstrak

Bakpia merupakan makanan khas Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi produk yang mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal melainkan di tingkat nasional. Potensi tersebut perlu diraih antara lain dengan menciptakan varian rasa yang berbeda sehingga menjadi ciri khas yang unik serta meningkatkan manajemen keuangan dan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada mitra Bakpia Sek'eco dengan melakukan inovasi bakpia ebi yang memiliki citarasa gurih yang belum pernah ada sebelumnya, meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dengan melakukan konversi pencatatan keuangan manual ke software Accurate online serta memaksimalkan penggunaan media sosial untuk memperluas jaringan pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan Observasi, sosialisasi serta pendampingan dan pelatihan kepada mitra Bakpia Sek'eco dengan tujuan mitra dapat meningkatkan daya saing yang berkelanjutan ditengah ketatnya persaingan industri bakpia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta

Kata kunci: Bakpia Sek'eco, Inovasi, Ebi, Accurate, Pemasaran**Abstract**

Bakpia is a typical food of the Special Region of Yogyakarta that has great potential to be developed into a product that is able to compete not only locally but also nationally. This potential needs to be achieved, among others, by creating different flavor variants so that it becomes a unique characteristic and improving financial management and marketing. This community service activity is focused on Bakpia Sek'eco partners by innovating ebi bakpia which has a savory taste that has never existed before, improving financial management capabilities by converting manual financial records to Accurate online software and maximizing the use of social media to expand the marketing network. This community service activity begins with conducting an initial survey, socialization and mentoring and training for Bakpia Sek'eco partners with the aim that partners can increase sustainable competitiveness amidst the tight competition in the bakpia industry, especially in the Special Region of Yogyakarta

Keywords: Bakpia Sek'eco, Innovation, Ebi, Accurate, Marketing**1. PENDAHULUAN**

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) diakui memiliki status istimewa atau kewenangan otonomi khusus. Terdiri dari empat kabupaten dan satu kota, yakni Kabupaten Kulon Progo di bagian barat, Kabupaten Bantul di selatan, Kabupaten Gunungkidul di barat, Kabupaten Sleman di utara, dan Kota Yogyakarta di tengahnya. Angka harapan hidup mencapai 74,99 dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mencapai 79,97 pada tahun 2020. Keberagaman budaya di

DIY mencakup berbagai warisan budaya. Salah satu keragaman budaya tersebut terlihat pada jenis kuliner atau kudapan yaitu bakpia. Bakpia telah menjadi salah satu makanan khas Yogyakarta karena prosesnya yang melibatkan berbagai langkah. Makanan ini merupakan gabungan dari cita rasa Tionghoa dan lokal (Rato & Hadi, 2024), awalnya menggunakan minyak babi, namun kemudian diubah menjadi kue bulat tanpa minyak babi sehingga dapat dinikmati oleh semua orang. Kehadirannya pertama kali di Yogyakarta untuk memberikan variasi pada jenis makanan kecil yang pada waktu itu terbatas, yang sebagian besar terdiri dari makanan tradisional daerah atau roti yang dipengaruhi oleh Belanda. Perpaduan ini menciptakan ruang bagi akulturasi dan toleransi antara orang Tionghoa dan Jawa, yang tercermin tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dalam bentuk makanan (Novitasari, et al. 2024).

Resep bakpia awalnya diperkenalkan oleh seorang Tionghoa bernama Kwik Sun Kwok dari Wonogiri pada tahun 1940-an. Bakpia identik sebagai makanan yang terdiri dari adonan tepung terigu yang dipanggang, diisi dengan campuran kacang hijau dan gula (Ahmad et. al. 2023). Sebagai makanan tradisional khas, bakpia telah menarik banyak minat dari wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara. Setiap kali musim liburan, seperti liburan sekolah, libur panjang akhir pekan, serta perayaan seperti Lebaran, Natal, dan tahun baru, jumlah wisatawan dan pengunjung dari luar daerah yang datang ke Yogyakarta semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan para produsen bakpia mendapatkan pesanan dalam jumlah besar (Rozasa, et.al., 2018). Terkadang, di antara para produsen bakpia, saling membantu untuk memenuhi pesanan satu sama lain, terutama dalam industri rumah tangga.

Maraknya merek bakpia dan bertambahnya UMKM baru, persaingan dalam industri ini semakin ketat. Hal ini mendorong pengembang bakpia untuk menciptakan ide-ide baru (Nihayati, 2020). Dahulu, bakpia hanya memiliki varian rasa kacang hijau, namun sekarang telah berkembang menjadi beragam varian rasa. Selain itu, inovasi juga terjadi dalam bentuk variasi tekstur, dengan munculnya bakpia kukus dan crispy, yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk kering. Di masa depan, kemungkinan besar bakpia akan terus berkembang dan menghasilkan ide-ide kreatif baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku UMKM bakpia tidak hanya terfokus pada jenis dan varian rasa bakpia. Di era yang semakin modern ini, di mana teknologi terus berkembang, mereka juga bersaing dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Hal ini dapat membuat produk bakpia menjadi lebih dikenal oleh banyak orang, dan konsumen tidak perlu datang langsung untuk membeli bakpia. Kemampuan memanfaatkan dan pemahaman media digital yang baik, membuat pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan omzet. Untuk mengatasi persaingan pelaku UMKM juga harus terus meningkatkan kualitas bakpiannya dan memahami strategi pemasaran agar konsumen merasa puas dengan produk dibeli (Nihayati, 2020). Salah satu usaha bakpia di Yogyakarta adalah bakpia Sek'Eco yang baru didirikan di tahun 2023 oleh Yohanes Ardika Sendy. Produk bakpia yang diproduksi memiliki varian rasa kacang hijau/original, kumbu hitam, pandan, coklat, keju dengan tambahan varian rasa seasonal berupa kurma dan nastar untuk hari raya. Produk bakpia Sek'Eco telah dikemas dengan dus dan memiliki ijin usaha (P-IRT).



Produksi bakpia Sek'Eco sejauh ini hanya berdasarkan pesanan masuk dan masih menggunakan peralatan standar sederhana, belum menggunakan oven dan mesin vacuum sehingga untuk keawetan produknya masih kurang. Bakpia Sek'Eco selama ini belum mengikuti pendampingan dan pelatihan usaha khususnya untuk produksi bakpia dengan variasi berbeda dari segi rasa dan tampilan, manajemen usaha dan pemasaran padahal tingkat persaingan usaha bakpia semakin tinggi (Ahmad, et al. 2023).

Tujuan kegiatan PkM di Bakpia Sek'Eco adalah agar produsen bakpia Sek'Eco mampu memproses dan memproduksi varian produk baru bakpia dengan varian rasa yang berbeda yaitu rasa gurih, tampilan unik serta produk yang lebih tahan lama untuk dikonsumsi yaitu bakpia rasa ebi, meningkatkan kemampuan manajemen keuangannya dengan menghitung harga pokok penjualan produk baru dan tingkat keuntungan produk baru sertamemperluas jaringan pemasaran varian produk baru dengan pengemasan menarik dan pemanfaatan media sosial sehingga dapat menghadapi persaingan usaha. Fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemberdayaan dan peningkatan kemampuan daya saing melalui diversitas produk baru berupa rasa gurih dan tampilan berbeda serta meningkatkan kemampuan manajemen usaha dan pemasaran produk baru.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terdiri dari tiga kegiatan yaitu inovasi bakpia rasa baru (produksi), peningkatan manajemen keuangan dan peningkatan kemampuan pemasaran dengan tahapan:

1. Observasi lokasi
2. Sosialisasi dan Pendampingan
3. Pelatihan
4. Evaluasi

Kegiatan produksi varian baru dengan citarasa gurih merupakan sebuah inovasi karena sebagian besar produsen bakpia masih memproduksi varian rasa bakpia dengan citarasa manis. Pemilihan varian rasa baru ini mempertimbangkan komposisi bahan-bahan yang digunakan, gizi dan nilai bahan baku agar produk yang dihasilkan nantinya layak jual. Varian rasa baru tersebut misalnya dengan menambah ebi dalam isian bakpia yang selama ini berupa kacang hijau.

Kegiatan manajemen keuangan memiliki sejumlah manfaat diantaranya adalah mengatur aliran kas masuk dan kas keluar, menghindari pengeluaran yang berlebihan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan, mendukung kelangsungan usaha, dan memfasilitasi pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik (Soviatun & Rudianto, 2024). Kegiatan manajemen keuangan dapat dimulai dengan mengubah perhitungan harga pokok tradisional yang

selama ini diterapkan oleh mitra dengan metode konvensional. Perubahan metode ini perlu diterapkan mengingat adanya varian baru yang menggunakan bahan baku yang berbeda sehingga menghasilkan harga pokok yang berbeda. Perhitungan harga pokok yang akurat dapat meningkatkan ketepatan penentuan harga jual varian produk baru sehingga akan meningkatkan daya saing mitra di industri bakpia yang semakin ketat.

Kegiatan Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk, layanan, atau jasa yang mereka tawarkan (Ariyanto, dkk., 2023). Saat ini, pemasaran tidak hanya berkaitan dengan memastikan produk atau jasa sampai ke tangan konsumen dalam kondisi baik, tetapi juga memikirkan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara berkelanjutan. Salah satu kegiatan pemasaran adalah *branding*. *Branding*, merupakan salah satu faktor penting dalam membuat sebuah produk lebih dikenal dan beberapa elemen yang sering digunakan, seperti nama, logo atau slogan. Elemen tersebut dapat didesain menggunakan aplikasi/*software* yang diakses gratis misalnya Canva. Media online atau internet menjadi salah satu media pemasaran yang sangat diminati karena hampir semua orang menggunakan internet. Hal ini membuat pasar yang bisa dijangkau menjadi sangat luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Mitra Industri

Nama Mitra : Bakpia Sek'eco

Alamat : Ngampilan RT 04 RW 01 Kelurahan Ngampilan, Kemantren Ngampilan, Kota Yogyakarta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari kegiatan yaitu inovasi bakpia rasa baru (produksi), peningkatan manajemen keuangan dan peningkatan kemampuan pemasaran dengan masing-masing tahapan sebagai berikut:

1. Observasi

Peningkatan produksi dengan inovasi bakpia rasa evi dilaksanakan dengan tahapan melakukan Observasi ke rumah produksi bakpia Sek'eco untuk mengetahui kondisi mitra, menganalisis peluang dan tantangan dalam membuat varian ebi. Berdasarkan hasil Observasi diketahui bahwa selama ini mitra masih menggunakan kompor gas untuk memproses pembuatan bakpia dan belum memiliki vacuum sealer yang menyebabkan produk tidak awet.



Gambar 2. Peralatan Produksi Bakpia Sek'Eco Sebelum dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat

Berdasarkan Observasi, dilakukan koordinasi dengan mitra untuk menganalisis kebutuhan alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat bakpia rasa baru. Peralatan baru yang diperlukan untuk membuat varian bakpia ebi antara lain adalah oven gas, vacuum sealer dan mesin pemipih kulit bakpia yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 3 Oven gas dan Mesin Pemipih Kulit Bakpia



Berdasarkan hasil kegiatan observasi juga diperoleh informasi bahwa mitra masih menggunakan pencatatan keuangan secara manual sehingga pada kegiatan pelatihan akan difokuskan pada pengenalan penggunaan software Accurate Online untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan. Berdasarkan wawancara dengan mitra juga diketahui bahwa mereka masih memasarkan produknya dengan mengikuti event-event yang diselenggarakan oleh Pemerintah kota DIY, menitipkan di pusat oleh-oleh dan menggunakan jaringan relasi untuk menjual produknya secara online.

2. Sosialisasi dan Pendampingan

Kegiatan dilanjutkan dengan mengadakan sosialisasi dan pendampingan untuk proses dan teknis produksi bakpia dengan varian rasa dan bentuk baru di rumah produksi bakpia Sek'eco. Kegiatan ini meliputi evaluasi komposisi produk yang terdiri dari penggunaan bahan baku, bahan tambahan, rasa yang dihasilkan, tingkat kematangan, warna dan aroma. Selain itu kegiatan pendampingan juga dilakukan dengan membantu mitra membuat design kemasan bakpia rasa ebi yang menarik unntuk meningkatkan pemasarannya. Dokumentasi kegiatan sosialisasi dan pendampingan ditunjukkan dalam gambar berikut:



Gambar 5 Sosialisasi di rumah produksi Bakpia Sek'eco

3. Pelatihan

Tahap pelatihan difokuskan pada mengoperasikan peralatan produksi baru untuk membuat bakpia dengan varian rasa ebi, peningkatan kemampuan manajemen keuangan dengan menggunakan software Accurate online serta meningkatkan kemampuan pemasaran dengan membuat desain kemasan yang menarik dan mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk. Kegiatan pelatihan dilakukan selama empat hari dengan fokus sebagai berikut:

a. Pelatihan Produksi bakpia rasa ebi

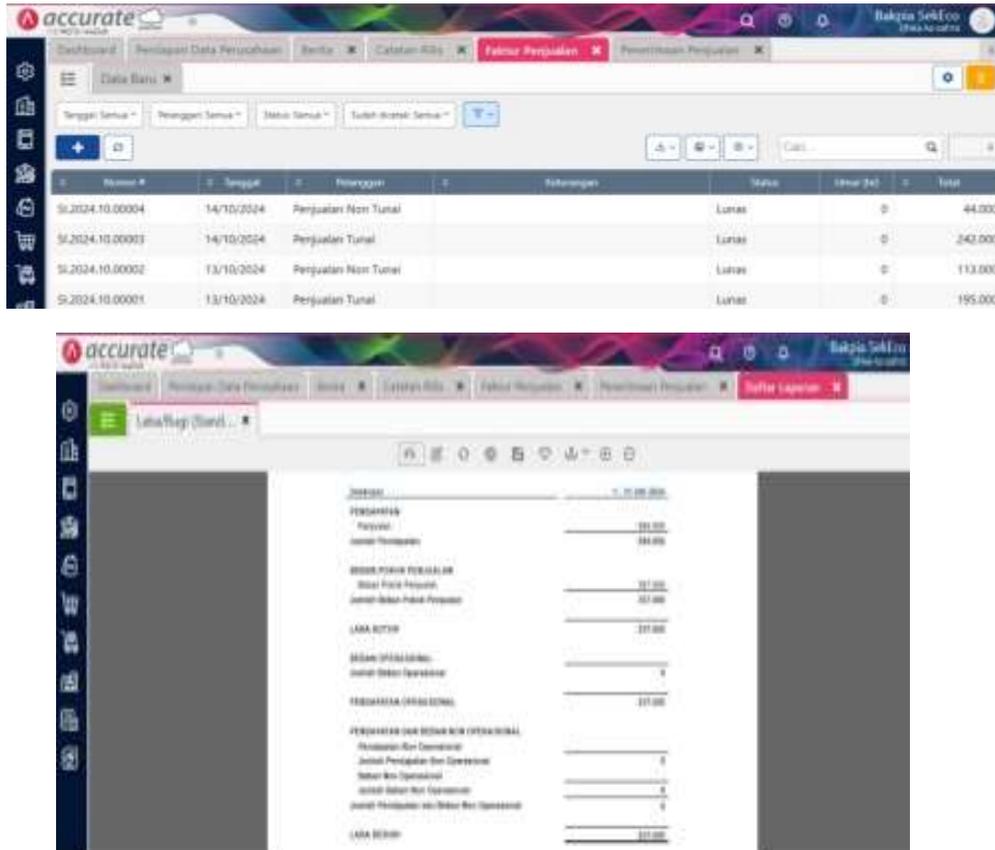
Pelatihan ini dilakukan dengan menoperasikan alat-alat produksi baru untuk menghasilkan bakpia dengan citarasa gurih yaitu bakpia ebi dan lebih tahan lama. Bakpia Sek'Eco sebagai mitra memiliki peran dan partisipasi dalam kegiatan ini antara lain adalah bersama-sama melakukan brainstorming inovasi produk, pencarian dan pemilihan bahan baku serta alat produksi untuk ketahanan konsumsi produk, menyediakan waktu, tempat dan peralatan yang sudah ada untuk praktik produksi. Kegiatan pelatihan dilakukan di Gedung Widoro Laut, Ngampilan Yogyakarta. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan produksi bakpia rasa ebi:



Gambar 6 Pelatihan dan Pendampingan Mitra Bakpia Sek'eco

b. Pelatihan Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa mitra masih menggunakan pencatatan manual untuk menghitung pendapatan dan biaya serta belum mengetahui cara menghitung laba atau rugi usahanya sehingga kegiatan pelatihan difokuskan pada praktik mengoperasikan software Accurate online, perhitungan harga jual dan proyeksi keuntungan produk baru serta membaca laporan laba rugi dan neraca. Berikut output transaksi penjualan dan laporan laba rugi yang dihasilkan dari software Accurate online:



Gambar 8 Laporan Laba Rugi Bakpia Sek'eco

Luaran kegiatan pelatihan ini adalah mitra dapat melakukan input persediaan barang dan menginput transaksi penjualan, menentukan harga jual produknya serta mampu membaca laporan laba rugi dan neraca yang dihasilkan oleh software Accurate Online. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan hasil evaluasi digunakan untuk keberlanjutan penyusunan dan perhitungan produk berikutnya atau jika menambah varian produk lain.

c. Pelatihan Manajemen Pemasaran

Peningkatan kemampuan pemasaran dilakukan difokuskan pada upaya peningkatan kemampuan mitra dalam memaksimalkan berbagai platform digital dan media sosial untuk memasarkan produknya. Kegiatan dimulai dengan melakukan wawancara untuk mengetahui pemasaran produk yang selama ini dilakukan oleh mitra dan untuk menggali sejauh mana mitra menggunakan media sosialnya untuk memasarkan produk. Tahapan selanjutnya adalah dengan mengadakan pelatihan dan praktik pengemasan produk baru dan pemasaran online. Terapan teknologi yang digunakan di bidang pemasaran adalah penggunaan software Canva untuk desain kemasan dan TikTok shop untuk pemasaran produk. Kegiatan pelatihan manajemen pemasaran

dilakukan dengan membuat desain kemasan yang menarik dengan aplikasi Canva dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 9 Desain kemasan produk bakpia rasa Ebi

d. Evaluasi

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan evaluasi kegiatan dengan mitra Bakpia Sek'eco. Evaluasi dilakukan sebanyak dua kali yaitu dengan melakukan pre test dan post tes dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada mitra untuk mengetahui efektivitas peatihan serta untuk menguji seberapa besar peningkatan level pemberdayaan mitra atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan. Hasil hasil pre test dan post test ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Uji pre Test dan Post Tes Peningkatan Level Pemberdayaan Mitra

Peningkatan Pengetahuan mitra	Pre test	Post test	Persentase kenaikan/ Penurunan
1. Mitra mampu membuat resep bakpia rasa ebi (skor 0-100)	20	90	300%
2. Mitra mampu membuat desain kemasan produk yang menarik dan tahan lama (skor 0-100)	50	80	60%
3. Mitra mengetahui aplikasi atau software akuntansi yang dapat diakses (skor 0-100)	25	80	220%
4. Mitra mengetahui media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk (skor 0-100)	60	88	47%
	38,75	84,50	118%
Peningkatan Keterampilan mitra			
1. Mitra mampu mengadikasikan resep bakpia rasa ebi (skor 0-100)	30	95	217%
2. Mitra mampu menghitung harga jual dan proyeksi keuntungan bakpia rasa ebi (skor 0-100)	50	85	70%
3. Mitra melakukan konversi sistem akuntansi manual ke software akuntansi (skor 0-100)	20	70	250%
4. Mitra mampu mengoperasikan software akuntansi sederhana (skor 0-100)	35	70	100%
5. Mitra dapat memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memasarkan produk (skor 0-100)	70	85	21%
	41,00	81,00	95%
Peningkatan Pelayanan mitra			
1. Ketersediaan produk di setiap outlet bakpia sekeco (skor 0-100)	65	85	31%
2. Kecepatan mitra dalam merespon permintaan pelanggan (skor 0-100)	70	80	14%
3. Kemampuan mitra dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan (skor 0-100)	60	80	33%
	65,00	81,67	25%
Peningkatan Kualitas produk mitra			
1. Jumlah variasi rasa produk mitra saat ini? varian	5	6	20%
2. Umur simpan produk saat ini? hari	5	10	100%
3. Tingkat kepuasan pelanggan atas poduk yang dihasilkan oleh mitra secara keseluruhan (skor 0-100)	70	80	14%

Berdasarkan Hasil Uji Pre test dan post test yang dilakukan dengan beberapa indikator diantaranya adalah pengetahuan mitra, keterampilan, pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan oleh mitra dapat diperoleh kesimpulan bahwa pengetahuan mitra yang meliputi pembuatan resep bakpia ebi, pembuatan desain kemasan produk, pengetahuan software akuntansi dan pengetahuan media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk mengalami peningkatan secara umum sebesar 118% dibandingkan dengan saat sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Keterampilan mitra yang meliputi pengaplikasian resep bakpia ebi, kemampuan menghitung harga jual dan proyeksi laba, keterampilan menggunakan dan mengoperasikan software akuntansi (Accurate online) dan keterampilan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya meningkat sebesar 98% dibandingkan dengan saat sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Peningkatan pelayanan mitra yang meliputi ketersediaan produk di setiap outlet, kecepatan dalam merespon permintaan pelanggan dan kemampuannya dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan mengalami peningkatan sebanyak 26% dibandingkan dengan saat sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kualitas produk mitra yang diukur dengan indikator jumlah variasi rasa produk mengalami peningkatan sebanyak satu varian yaitu varian bakpia rasa ebi atau sebesar 20%, umur simpan produk juga mengalami peningkatan selama 5 hari (100) setelah menggunakan peralatan baru yaitu vacuum sealer yang berakibat menambah ketahanan usia produk dan tingkat kepuasan pelanggan atas produk yang dihasilkan oleh mitra mengalami peningkatan secara keseluruhan sebanyak 14%.

Hasil peningkatan level pemberdayaan mitra sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan keempat indikator tersebut disajikan dalam grafik berikut:



Grafik 1 Hasil Uji pre Test dan Post Tes Peningkatan Level Pemberdayaan Mitra

Berdasarkan grafik di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa secara umum telah terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan oleh mitra sebanyak 24,4% dengan peningkatan tertinggi pada unsur pengetahuan mitra sebesar 118% dan diikuti dengan keterampilan mitra sebesar 98%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi, pendampingan, dan pelatihan yang dilakukan telah berjalan dengan cukup efektif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan mitra Bakpia Sek'eco ini difokuskan pada inovasi varian rasa ebi, peningkatan kemampuan manajemen keuangan dan peningkatan kemampuan pemasaran. Tahapan yang dilakukan pada masing-masing kegiatan adalah dengan melakukan observasi dan wawancara kepada mitra, melakukan sosialisasi, pendampingan, pelatihan dan evaluasi. Kegiatan ini menghasilkan beberapa luaran diantaranya adalah terciptanya varian rasa baru yaitu bakpia rasa ebi dengan citarasa gurih, peningkatan keterampilan mitra dalam menentukan harga jual dan margin laba yang sebelumnya masih dilakukan secara manual telah terkonversi dengan menggunakan software Accurate online, pendampingan desain kemasan produk yang menarik dengan menggunakan aplikasi pembuat desain serta peningkatan kemampuan pemasaran melalui media online dengan memanfaatkan media sosial secara agresif untuk meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad M, Hasan M, Arisah N, Subur H, & Fatmawati. (2023). PKM Kewirausahaan Informal Pembuatan Bakpia Bakples. *Intisari Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 12(1), 67–74.
- Ariyanto, A., Bangun, R., & Indillah, M. R. M. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Widina Bhakti Persada.
- Nihayati, L. (2020). Dampak Sosial Perkembangan Bakpia dalam Industri Pariwisata di Pathuk Yogyakarta. *Jurnal Pringgitan*, 1(1), 40–47.
- Novitasari D, Ambarwati L, Yulianto Pd, & Prasetyo As. (2024). Mengolah Umbi Gembili dan Gadung sebagai Produk Penunjang Wisata Puncak Sosok. *Community Dev J J Pengabdian Masy.*, 5(1).
- Rato, M. N. ., & Hadi, R. . (2024). Bakpia: Perjalanan Akulturasi Cina-Indonesia dalam Makanan Khas Yogyakarta. *Multikultura Jurnal Lintas Budaya*, 3(3), 2963–4199.
- Rozasa, W., Widodo, K., & Djumeri. (2018). Analisis Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok pada Industri Bakpia (Studi Kasus di Bakpiapia) . *Skripsi Universitas Gadjah Mada*.
- Soviatun, N., & Rudianto, D. (2024). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(2), 503–515. <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i2.1559>