

**PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN GEBLEK PEDAS PADA WIRAUSAHA
PEMBUATAN GEBLEK DI DUSUN DUSUN BALONG V, DESA BANJARSARI,
KECAMATAN SAMIGALUH, KULON PROGO, YOGYAKARTA**

Susilo Wibisono¹ dan Rieny Mutiara Sari²

¹Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia

²Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

ABSTRACT

Geblek is a typical food of Kulon Progo made from starch or tapioca starch. This food has a typical globular form a number eight shape and a slightly chewy texture. Geblek very famous in Kulon Progo and surroundings, thus becoming one of the icon culinary Kulon Progo. It makes geblek is easy to find in Kulon Progo. As an entrepreneur geblek, innovate an obligation to succeed. A recent study by Deloitte Touche Tohmatsu Limited revealed that 78% of the "millennium generation" around the world think innovation is important to the development of an enterprise. It initiates the author to provide a new insight and innovative idea for an entrepreneur geblek in Dusun Balong V, Kulon Progo, Yogyakarta, named Sutijem. The author's purpose is for develop Sutijem's entrepreneurial. Innovative products such as spicy geblek will attract buyers and is succeeding Sutijem's geblek entrepreneurial.

Keywords : Innovation, Entrepreneurship, Geblek, Spicy Geblek.

ABSTRAK

Geblek merupakan makanan khas dari Kulon Progo yang terbuat dari tepung kanji atau tepung tapioka. Makanan ini memiliki ciri khas yang berbentuk bulat membentuk angka delapan dan teksturnya yang agak kenyal. Geblek sangat terkenal di Kulon Progo dan sekitarnya, sehingga menjadi salah satu ikon kuliner Kulon Progo. Hal tersebut menjadikan geblek mudah sekali ditemukan di Kulon Progo. Sebagai seorang pengusaha geblek, berinovasi merupakan sebuah kewajiban untuk meraih sukses. Studi terbaru yang dilakukan Deloitte Touche Tohmatsu Limited mengungkapkan bahwa 78% dari "generasi milenium" di seluruh dunia berpikir inovasi merupakan hal penting bagi pengembangan sebuah usaha. Hal tersebut menginspirasi penulis untuk memberikan sebuah wawasan baru dan ide inovatif untuk seorang pengusaha Geblek di Dusun Balong V, Kulon Progo, Yogyakarta, yang bernama Sutijem. Tujuan penulis adalah untuk kemajuan wirausaha ibu Sutijem. Produk inovatif berupa geblek pedas akan menarik minat para pembeli dan menyukseskan wirausaha penjualan geblek ibu Sutijem.

Keywords : Inovasi, Wirausaha, Geblek, Geblek Pedas.

1. PENDAHULUAN

Geblek merupakan makanan khas dari Kulon Progo yang terbuat dari tepung kanji atau tepung tapioka. Makanan ini memiliki ciri khas dari bentuknya yang bulat membentuk angka delapan dan teksturnya yang kenyal. Geblek ini sangat terkenal di Kulon Progo dan sekitarnya, sehingga menjadi ikon kuliner Kulon Progo.

Geblek ini dibuat dengan bahan yang cukup sederhana, yaitu dari tepung kanji, bawang putih dan garam. Walaupun terbuat dari bahan yang sederhana, namun proses pembuatannya membutuhkan ketelatenan yang cukup. Dalam proses pembuatannya, pertama tepung kanji dikukus hingga memadat namun tidak sampai matang. Kemudian ditiriskan dan diplintir berbentuk lonjong dan dibumbui dengan garam. Lalu dikukus lagi sebentar, sekitar kurang lebih 10 menit. Kemudian ditiriskan lagi dan dibumbui dengan bawang putih yang sudah dihaluskan. Setelah itu dibentuk seperti angka delapan dan digoreng.

Geblek ini sangat cocok bila disajikan selagi hangat. Karena bila lebih dari satu jam akan terasa keras dan sangat alot. Namun apabila disajikan selagi hangat, geblek ini akan terasa kering dibagian luar dan terasa kenyal di bagian dalam. Rasa dari Geblek ini sangat khas, rasanya yang gurih dipadukan dengan tekturnya, memberikan sensasi dan cita rasa yang khas pada makanan satu ini.

Untuk menikmati geblek, bisa juga disantap bersama dengan besengek tempe bengkuk. Perpaduan rasa gurih yang sangat khas ini tentu memberikan cita rasa tersendiri pada makanan khas satu ini. Geblek juga sangat cocok sebagai teman bersantai bersama teman atau keluarga sambil meminum segelas teh hangat [Negeriku Indonesia, 2015].

Dengan menjamurnya wirausaha mikro, sedang, maupun besar pembuatan dan penjualan geblek, mengharuskan setiap pelaku usahanya untuk terus berinovasi. Inovasi selalu menjadi kunci keberhasilan dan kesuksesan suatu usaha. Studi terbaru yang dilakukan Deloitte Touche Tohmatsu Limited mengungkapkan bahwa 78% dari “generasi milenium” di seluruh dunia berpikir inovasi merupakan hal penting bagi pengembangan sebuah usaha. Namun meskipun begitu, hanya 26% dari generasi milenium yang merasa para pelaku telah cukup melakukan sesuatu yang mendorong praktek-praktek untuk pengembangan ide-ide baru. Generasi milenium sendiri, secara bebas diartikan sebagai mereka yang lahir di tahun 1980-an dan 90-an [Dunia Kampus, 2012].

Berinovasi juga berarti berkeinginan untuk terus belajar dan berkembang. Sementara itu Stata (1989) serta Hurley dan Hult (1998) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran merupakan kunci dari inovasi. Perusahaan juga berusaha mempergunakan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat berinovasi. Anggota organisasi perusahaan berusaha untuk belajar demi kemajuan perusahaannya. Mereka mempunyai komitmen untuk belajar, visi bersama serta keterbukaan pemikiran. Pembelajaran organisasional terjadi apabila anggota organisasi bertindak sebagai agen yang sedang belajar dalam organisasi, yang merespon perubahan lingkungan internal dan eksternal organisasi dengan melakukan deteksi dan koreksi atas kesalahan dalam teori organisasi yang digunakan, serta memasukkan hasil penelitian yang dilakukan dalam gambaran pribadi dan keseluruhan organisasi (Argyris dan Schon, 1978). Proses pembelajaran organisasi terus berputar. Tindakan individu mengarah pada interaksi organisasi dengan lingkungan dan hasilnya akan diterjemahkan oleh individu yang belajar dengan memperbaiki keyakinan mereka mengenai hubungan sebab – akibat yang ada (Lee, Courtney dan O’Keefe 1992) dalam Sinkula, et al (1997) [Prakoso, 2005].

Penulis bertemu dengan seorang pengusaha produksi geblek di Dusun Balong V, Desa Banjarsari, Kecamatan Samigaluh, Kulon Progo, Yogyakarta, yang bernama ibu Sutijem.

Melihat usaha produksi geblek yang semakin menjamur di Kulon Progo dan bahkan di luar Kulon Progo, penulis berinisiatif memberikan sebuah ide inovatif sekaligus pelatihan kepada ibu Sutijem. Ide inovatif dan pelatihan tersebut adalah pembuatan geblek pedas.

Diharapkan, dengan ide inovatif dan pelatihan ini, wirausaha produksi geblek milik ibu Sutijem akan berkembang pesat. Penulis juga berharap geblek pedas ini akan diminati oleh banyak orang dan terus mengembangkan wirausaha produksi geblek milik ibu Sutijem.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengenalan dan pelatihan ini terinci dalam empat tahapan, yaitu pengenalan dan pembelajaran pembuatan geblek, presentasi inovasi produk grebek pedas, praktik pembuatan grebek pedas, dan inovasi pembuatan desain kemasan produk grebek pedas. Pengenalan dan pembelajaran pembuatan geblek berlangsung dalam satu kali pertemuan dengan durasi selama 1,5 jam. Presentasi inovasi produk grebek pedas berlangsung dalam satu kali pertemuan dengan durasi selama 1 jam. Praktik pembuatan grebek pedas berlangsung selama tiga pertemuan dalam tiga hari yang secara total berdurasi selama 6 jam. Dan inovasi pembuatan desain kemasan produk grebek pedas berlangsung dalam satu kali pertemuan dengan durasi selama 2 jam.

Tabel 1. Jadwal Detail Pengenalan dan Pembuatan Grebek Pedas

Hari dan Tanggal	Waktu (WIB)	Detail Kegiatan	Lokasi	Durasi Pelaksanaan
Rabu, 19 Agustus 2015	19.15 – 20.45	Pengenalan dan pembelajaran pembuatan geblek.	Rumah Ibu Sutijem	1 jam dan 30 menit
Sabtu, 22 Agustus 2015	12.30 – 13.30	Presentasi inovasi produk.	Rumah Ibu Sutijem	1 jam
Selasa, 25 Agustus 2015	15.30 – 17.30	Praktik pembuatan geblek pedas.	Rumah Ibu Sutijem	2 jam
Kamis, 27 Agustus 2015	12.30 – 14.30	Praktik pembuatan geblek pedas.	Rumah Ibu Sutijem	2 jam
Minggu, 30 Agustus 2015	08.00 – 10.00	Praktik pembuatan geblek pedas	Rumah Ibu Sutijem	2 jam
Rabu, 2 September 2015	12.30 – 14.30	Inovasi pembuatan desain kemasan geblek pedas.	Rumah Ibu Sutijem	2 jam

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kendala yang penulis hadapi pada pengenalan dan pelatihan pembuatan produk inovasi geblek pedas ini adalah pembuatan geblek pedas tidak dapat dilakukan dalam satu kali pertemuan saja. Pembuatan harus dilakukan hingga tiga kali hingga penulis dan ibu Sutijem merasa geblek pedas yang dijual sudah bernilai jual tinggi. Percobaan pembuatan yang dilakukan hingga tiga kali seringkali terbentur kegiatan pribadi ibu Sutijem. Sehingga, beberapa kali penulis harus mengganti jadwal pelatihan.

Di luar kendala itu, pelatihan berjalan dengan baik dan lancar. Produk yang dihasilkan tidak menambah banyak biaya sehingga tidak memberatkan biaya produksi. Beberapa orang yang mencoba pun memberikan reaksi positif. Ditambah dengan kemasan yang lebih menarik, geblek pedas mendapat sambutan positif setelah dijual bebas.

Dokumentasi penyuluhan ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Pertemuan dan Perkenalan dengan Ibu Sutijem



Gambar 2. Kemasan Produk Geblek Pedas



Gambar 3. Kemasan Produk Gembek Pedas

4. KESIMPULAN

Kendala utama yang dialami penulis dalam pelaksanaan pengenalan dan pelatihan pembuatan produk inovasi gembek pedas adalah kesibukan ibu Sutijem dengan aktivitas pribadinya. Beberapa kali penulis harus menunda dan mengganti jadwal pelatihan. Namun, kendala tersebut tidak mengganggu realisasi pelatihan ini.

Produk gembek pedas yang dihasilkan tidak menambah banyak biaya sehingga tidak memberatkan biaya produksi. Beberapa orang yang mencoba pun memberikan reaksi positif. Ditambah dengan kemasan yang lebih menarik, gembek pedas mendapat sambutan positif setelah dijual bebas.

5. REFERENSI

- Dunia Kampus. 2012. Inovasi, Kunci Sukses Bisnis Masa Depan. Didapat dari: <http://edafile.com/pre/marketing.co.id/web/duniakampus/wordpress/?p=29796>.
- Negeriku Indonesia. 2015. Gembek Makanan Tradisional dari Kulon Progo, Yogyakarta. Didapat dari: <http://www.negerikuindonesia.com/2015/06/gembek-makanan-tradisional-dari-kulon.html>.
- Prakoso, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur di Semarang). Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Vol. 2 No.1 Januari 2005. Semarang.