

Perpaduan Tradisi dan Inovasi: Kisah Sukses Serabi Notosuman

Andri Saputra¹, Abdurrahman Setiaji², Fani Mariesa R.³, Fito Surya G.⁴, Karina Putri K.⁵, Kemal Alif R.⁶, Kinanthi Kusumastuti⁷,
Alamat email : karinaputri.24@student.uns.ac.id

Abstrak

Serabi Notosuman merupakan salah satu makanan tradisional khas Surakarta yang telah ada sejak lama. Serabi Notosuman memiliki warisan sejarah yang telah berlangsung turun-temurun sejak tahun 1923. Namun, seiring perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup masyarakat, terdapat kekhawatiran bahwa eksistensi serabi ini akan terancam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perkembangan Serabi Notosuman dari masa ke masa, perkembangan dari segi bahan baku, proses produksi, varian rasa, dan strategi pemasaran. Permasalahan yang diajukan adalah: (1) Serabi Notosuman dari masa ke masa, (2) tradisi dan inovasi Serabi Notosuman. Penelitian ini menggunakan metode sejarah dengan pendekatan deskriptif naratif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, serta studi literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Serabi Notosuman telah mengalami perkembangan dari segi bahan baku, proses produksi, varian rasa, dan strategi pemasaran untuk bersaing dengan kuliner modern. Meskipun terdapat variasi dan sentuhan lokal, Serabi Notosuman tetap menjaga esensi autentiknya sebagai jajanan tradisional yang kaya akan sejarah dan budaya. Ia menjadi simbol kekayaan kuliner Nusantara yang terus lestari meski zaman terus berubah.

Kata Kunci : Serabi Notosuman, Warisan, Perkembangan

Abstract

Serabi Notosuman is one of Surakarta's traditional foods that has been around for a long time. Serabi Notosuman has a historical heritage that has been passed down from generation to generation since 1923. However, along with the times and changes in people's lifestyles, there are concerns that the existence of this serabi will be threatened. This research aims to examine the development of Serabi Notosuman from time to time, in terms of raw materials, production process, flavor variants, and marketing strategies. The proposed problems are: (1) Serabi Notosuman from time to time, (2) tradition and innovation of Serabi Notosuman. This research uses historical method with descriptive narrative approach. Data collection was done through observation, interview, and study of related literature. The results showed that Serabi Notosuman has developed in terms of raw materials, production process, flavor variants, and marketing strategies to compete with modern culinary. Despite variations and local touches, Serabi Notosuman maintains its authentic essence as a traditional snack rich in history and culture. It symbolizes the culinary richness of the archipelago that continues to be preserved despite the changing times.

Keywords: Serabi Notosuman, Heritage, Development

Pendahuluan

Menurut Guerrero (2009) Makanan tradisional atau kuliner lokal merupakan

jenis makanan yang umumnya dikonsumsi oleh suatu kelompok masyarakat atau disajikan pada acara-acara tertentu,

diwariskan dari generasi ke generasi, dibuat sesuai dengan resep turun-temurun, dibuat tanpa atau dengan sedikit modifikasi, dan memiliki ciri khas yang membedakannya dari kuliner daerah lain. Makanan tradisional artinya dapat dikatakan sebagai identitas lokal, karena keberadaannya yang menjadi bagian dari budaya masyarakat, termasuk cara khusus dalam memasaknya, perannya dalam budaya masyarakat dan tata perayaan serta resep yang terjaga turun-temurun.

Kue tradisional di Indonesia berasal dari berbagai daerah dan dibuat dengan cara yang sederhana serta menggunakan bahan-bahan yang mudah didapat. Proses pembuatan kue tradisional selalu melibatkan tepung sebagai bahan utama dalam pembuatannya. Salah satu kue tradisional yang diolah menggunakan tepung ialah kue Serabi. Menurut Erwin (2009), kue Serabi merupakan kue tradisional Indonesia yang terbuat dari tepung beras, tepung terigu, atau gabungan dari tepung beras dan tepung terigu yang berupa adonan cair yang dicampur dengan santan yang dilakukan proses pengolahan yaitu pemanggangan dalam wajan besi atau tanah liat.

Serabi merupakan salah satu makanan tradisional yang telah ada telah ada semenjak tahun 1900 an. Dalam sejarahnya Serabi pertama kali berasal dari Jawa Barat, kata Serabi berasal dari bahasa Sunda yaitu Surabi (Ayu, 2014). Terdapat banyak macam Serabi di Indonesia, seperti Serabi Solo, Serabi Jakarta, Serabi Bandung, Serabi Mataram, dan Serabi modern (Syarifuddin, 2018), namun salah satunya yang terkenal adalah serabi Notosuman dari Solo.

Serabi Notosuman memiliki warisan sejarah yang telah berlangsung turun-temurun sejak tahun 1923. Didirikan oleh Hoo Geng Hok dan Tan Gio Lan, serabi ini awalnya dikenal dengan sebutan serabi Inggris sebelum mengambil nama Notosuman dari sebuah jalan di Solo yang

kini berganti nama menjadi jalan M.Yamin. Berbeda dengan serabi lainnya, Serabi Notosuman hanya tersedia dalam dua varian rasa yang sengaja dipertahankan untuk menjaga cita rasa aslinya. Terbuat dari tepung beras berkualitas tinggi tanpa bahan pengawet, serabi ini hanya dapat dinikmati dalam waktu sehari karena tidak mengandung bahan pengawet. Keunikan Serabi Notosuman terletak pada teksturnya yang tipis dan lembut, rasa kuat santannya, serta tanpa tambahan gula karena adonannya telah cukup manis secara alami. Menurut Soeraji dan Wijaya (2017), Serabi Notosuman adalah semacam pancake yang berbentuk bulat seperti piring dengan sedikit kerak di sekelilingnya dan memiliki tekstur kenyal namun tetap lembut, dan rasanya sangat legit

Seiring dengan berkembangnya zaman, Serabi Notosuman yang dulunya hanya dijual di warung pinggir jalan kini telah berkembang menjadi bisnis yang memiliki toko sendiri bahkan memiliki beberapa cabang di kota-kota besar. Minat terhadap Serabi Notosuman tidak hanya berasal dari penduduk lokal Solo tetapi juga dari para wisatawan yang berkunjung ke Solo. Makanan ini diminati oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Bahkan saat ini, banyak pedagang yang mencoba meniru atau membuat serabi yang mirip dengan Serabi Notosuman

Metode

Desain Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena dalam data yang diperoleh dan analisis yang digunakan pada penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran penuh mengenai pandangan seseorang dalam penelitian mereka. (Basuki, 2006) juga menjelaskan mengenai penelitian kualitatif itu berkesinambungan dengan kepercayaan, pendapat, persepsi atau ide

seseorang yang mereka teliti dan semua itu tidak dapat diukur dengan angka. (Pendit, 2003) juga menyatakan penelitian kualitatif merupakan rancangan untuk memberikan pengalaman yang nyata dan juga mengkaji lebih dalam mengenai makna yang terbentuk dalam lapangan penelitian melalui interaksi langsung antara peneliti dengan yang diteliti. Dari kedua penjelasan tersebut dapat dilihat jenis dan desain dari penelitian ini menggunakan desain dan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Mukhtar, 2013) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Penelitian ini menggunakan desain dan jenis penelitian kualitatif deskriptif karena dalam penelitian ini lebih menggambarkan mengenai pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana “Perpaduan tradisi dan Inovasi: Kisah Sukses Serabi Notosuman”

Hasil dan Pembahasan

Dari Usaha Rumahan Menjadi Usaha Warisan Keluarga

Bisnis kuliner Serabi Notosuman merupakan bisnis turun temurun yang dirintis oleh pasangan beretnis Tionghoa di Surakarta bernama Ny Hoo Geng Hok dan suaminya Tan Giok Lan. Usaha Serabi Notosuman berawal dari sebuah ketidaksengajaan Ny. Hoo Geng Hok yang semulanya merupakan pembuat kue apem. Hal tersebut bermula ketika pada suatu hari terdapat seorang pelanggan yang meminta untuk dibuatkan apem yang berbentuk lebih pipih dan mereka menyebutnya sebagai serabi (Sulistyo, 2016). Tentunya dari perubahan tersebut, Ny. Hoo Geng Hok memodifikasi bahan-bahan pembuatannya dan juga proses pembuatannya agar mendapatkan kue serabi yang sesuai dengan permintaan

pelanggan. Lama-kelamaan semakin banyak orang yang tertarik untuk memesan kue serabi tersebut dan menjadikan usaha Ny. Hoo Geng Hok semakin berkembang (Saeroji & Wijaya, 2017).

Aktivitas berjualan Serabi Notosuman dimulai sejak pukul 03.00 WIB. Bila ditelaah lebih dalam hal ini rupanya memiliki kaitan dengan perilaku masyarakat Surakarta tempo dulu yang sering tirakat (jalan kaki) dan keluar pada malam hari lalu mampir di warung hik (angkringan). Ny. Hoo Geng Hok membuat serabi dengan bahan dan cara pembuatan yang tidak jauh berbeda dengan kue apem. Karena rasa serabi dianggap lebih enak dan kebersihannya juga terjamin, makin lama makin banyak pembeli yang datang. Usaha tersebut pertama kali dirintis di Jalan Veteran kemudian setelah kontrak habis warung pindah ke Jalan Yos Sudarso. Dari Jalan Yos Sudarso pindah lagi ke Jalan Moh. Yamin No. 24 Solo (yang dulu bernama Notosuman) dan menetap hingga saat ini. Serabi ini dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Serabi Notosuman, penamaan tersebut merujuk pada tempat pembuatannya yang berada di Kampung Notosuman (yang sekarang berganti menjadi Jalan Mohammad Yamin), maka serabi ini kemudian diberi nama Serabi Notosuman.

Semakin Mahsyurnya Serabi Notosuman ternyata memunculkan banyak kompetitor pada usaha Serabi Notosuman. Berkembangnya serabi Notosuman mendorong masyarakat Surakarta lainnya untuk membuat serabi dengan menciptakan kekhasannya masing-masing Di sekitar Jalan Slamet Riyadi, Surakarta banyak sekali ditemukan penjual Serabi Solo (Sulistyo, 2016). Serabi Solo yang dijual di sekitar Jalan Slamet Riyadi relatif harganya lebih murah daripada Serabi Notosuman. Selain itu, Serabi Solo yang dijual di sekitar Jalan Slamet Riyadi juga mengalami modifikasi dengan berbagai tambahan varian rasa, yaitu

dengan menambahkan buah-buahan seperti nangka dan pisang (Purnomo, 2009). Berbeda dengan Serabi Notosuman sebagai pelopor Serabi Solo, Serabi merk ini masih tetap mempertahankan dua varian yaitu rasa original dan coklat. Dengan alasan, agar Serabi Notosuman tetap memiliki keaslian rasa dari generasi ke generasi.

Serabi Notosuman pada saat pertama kali diproduksi hanya memiliki satu jenis rasa saja, yakni original. Kemudian karena ramainya pembeli yang datang Ny. Hoo Ging Hok memiliki ide untuk berinovasi dengan membuat serabi yang ditambah dengan topping coklat dan nangka. Namun Serabi Notosuman yang ditambah nangka di atasnya, malah membuat rasa asli dari Serabi hilang karena aroma dan rasa nangka yang dominan. Maka rasa coklat dipilih untuk menambah varian rasa. Dari hal tersebutlah, kemudian Serabi Notosuman hanya memiliki dua varian rasa, yakni original dan coklat (Sulistyo, 2016). Selain varian rasa, Serabi Notosuman menggunakan bahan pilihan dan berkualitas. Bahan-bahan tersebut antara lain tepung beras unggulan dari beras Cendani yang berasal dari Cianjur, gula, garam dan santan pilihan yang dicampur menjadi adonan dan dimasak menggunakan wajan kecil yang terbuat dari tanah liat di atas tungku/anglo dan dibakar menggunakan arang. Hal inilah yang membuat Serabi Notosuman tetap eksis dan memiliki banyak pelanggan dari berbagai kalangan.

Usaha Serabi Notosuman semakin berkembang dan Serabi Notosuman menjelma menjadi makanan khas kota Surakarta. Ketika Ny. Hoo Ging Hok dan Tan Giok Lan wafat, usaha Serabi Notosuman kemudian diwariskan kepada putrinya yakni Ny. Hoo Khik Nio. Pada awalnya Ny. Hoo Khik Nio merupakan seorang pembatik di kawasan Serengan, Surakarta. Sebagai generasi ke-2 yang meneruskan usaha Serabi Notosuman, Ny. Hoo Khik Nio bekerja keras dan tekun

untuk meneruskan usaha Serabi Notosuman. Resep dan rasa Serabi Notosuman tidak mengalami perubahan dari generasi pertama, sehingga pelanggan tidak beralih ke kompetitor lain yang menjual produk sejenis.

Sama seperti ibunya, Ny. Hoo Khik Nio juga menjajakan Serabi Notosuman pada pukul 03.00 WIB. Pada saat usaha Serabi Notosuman dijalankan oleh generasi kedua, tempat berjualan sudah mulai menetap di Notosuman. Warung tersebut cukup sederhana, tidak terdapat tempat duduk untuk pembeli, bahkan letaknya juga berada di tepi jalan tanpa adanya tukang parkir., Meskipun demikian, Serabi Notosuman tetap populer. Serabi Notosuman menjadi salah satu oleh-oleh favorit yang dibeli para wisatawan yang berkunjung ke kota Surakarta. Bahkan Presiden RI pertama yakni Ir. Soekarno juga menyukai Serabi Notosuman bahkan pernah memborongnya. Sejak saat itu, orderan Serabi Notosuman semakin membludak (Kemdikbud, 2021). Hal tersebut tentunya berdampak sangat besar bagi perkembangan bisnis Serabi Notosuman. Yang awalnya Serabi Notosuman dikenal sebagai jajanan pinggir, namun setelah Presiden Soekarno memborong Serabi Notosuman, beranjak usaha kuliner tersebut menjadi naik kelas.

Tidak hanya menjadi klangenan Presiden Soekarno, Serabi Notosuman juga menjadi klangenan Presiden Soeharto dan keluarga Cendana. Serabi Notosuman selalu menjadi salah satu menu wajib bagi keluarga cendana jika mengadakan sebuah acara. Ketika menjabat sebagai Presiden RI, Presiden Soeharto selalu memesan Serabi Notosuman untuk menjamu tamu kenegaraan. Sehingga banyak petinggi yang juga menjadi pelanggan Serabi Notosuman (Kemdikbud, 2021). Tidak heran jika usaha Serabi Notosuman semakin berkembang dan banyak menarik pelanggan baik lokal, domestik maupun mancanegara. Pemesanan Serabi ini juga

sampai ke Bali, Lampung, Medan, Singapura dan Arab Saudi (Purnomo, 2009).

Setelah puluhan tahun usaha Serabi Notosuman dijalankan oleh Ny. Hoo Khik Nio, usaha tersebut kemudian diwariskan kepada empat dari enam anaknya, dikarenakan kondisi fisiknya yang tak lagi memungkinkan lagi untuk bekerja, sementara permintaan akan Serabi Notosuman terus bertambah. Keempat pewarisnya adalah Handayani dan Buntoro di Notosuman, Lidiawati di kampung Kratonan, dan Bambang di Jalan Gejayan, Yogya. Sedangkan dua anak Hoo Khik Nio lainnya, Eliani dan Yusuf, memilih jualan mie di Jalan Kaliwingko, Surakarta (Kemdikbud, 2021).

Perkembangan Serabi Notosuman Generasi ke-3 Tahun 1987-2012

Pada tahun 1987, Serabi Notosuman memasuki era generasi ketiga dengan Nyonya Lidiawati sebagai penerusnya. Nyonya Lidia, putri kelima dari Nyonya Hoo Khik Nio, meneruskan tradisi berjualan serabi pada usia 29 tahun. Dia telah terlibat dalam usaha keluarganya sejak remaja, membantu ibunya, Nyonya Hoo Khik Nio, dalam berjualan serabi. Bahkan ketika neneknya, Nyonya Hoo Ging Hok, masih aktif berjualan, Nyonya Lidia sudah sering diajak ibunya bergabung. Oleh karena itu, warisan dalam memproduksi Serabi Notosuman yang terkenal itu turun kepada Nyonya Lidia dengan alami.

1. Bahan Baku

Selain menjaga keaslian resep, Nyonya Lidyawati juga berupaya keras untuk mempertahankan cita rasa yang khas dengan menggunakan tepung beras pilihan dalam pembuatan Serabi Notosuman. Salah satu keunikan dari Serabi Notosuman adalah penggunaan beras yang digiling sendiri sebagai bahan utamanya. Beras yang digunakan berasal dari jenis beras cendani berkualitas tinggi dari

daerah Cianjur. Hal ini menjadi pembeda utama dengan jenis serabi Solo lainnya.

Meskipun tetap mengedepankan kualitas rasa, pelayanan, dan mutu, harga Serabi Notosuman tetap terjangkau. Serabi biasa dijual dengan harga Rp. 1.600, sementara yang beraroma coklat dijual seharga Rp. 1.800. Pembeli biasanya membeli serabi dalam kemasan kardus isi 5 atau 10. Untuk keperluan sehari-hari, Nyonya Lidia membutuhkan 20-30 kg beras, 18-28 kg kelapa parut, dan 10-15 kg gula pasir. Namun, saat hari Minggu, jumlahnya bisa meningkat menjadi 80 kg beras, 75 kg kelapa, dan sekitar 40 kg gula pasir. Untuk hari-hari besar atau saat perayaan Lebaran, kebutuhan bahan baku tersebut bisa bertambah lagi.

2. Produksi

Awalnya, Nyonya Lidia mengelola usaha Serabi Notosuman sendirian dengan sedikit bantuan dari beberapa asisten rumah tangga. Karena masih muda, dia merasa kesulitan menghadapi jumlah pembeli serabi yang banyak setiap hari. Nyonya Lidia dengan sungguh-sungguh menjaga warisan usaha keluarga ini yang telah diwariskan secara turun-temurun. Melihat dedikasi Nyonya Lidia dalam menjalankan usaha Serabi Notosuman, suaminya kemudian memutuskan untuk pensiun dan bergabung membantu Nyonya Lidia dalam mengelola usaha berjualan Serabi Notosuman.

Setelah diwarisi oleh generasi ketiga, Serabi Notosuman tetap tidak mengalami perubahan baik dari segi rasa maupun penampilannya. Menurut Nyonya Lidyawati, yang merupakan generasi ketiga, salah satu kunci keberhasilan usaha serabi tersebut adalah kekekalan resep yang tidak pernah berubah. Oleh karena itu, citarasa serabi tetap konsisten dari masa lalu hingga sekarang. Variannya juga tetap sederhana, hanya tersedia dalam dua jenis, yaitu coklat dan putih, tanpa adanya tambahan kreasi lainnya.

Berbeda dengan praktik sebelumnya saat Serabi Notosuman dikelola oleh generasi sebelumnya, di mana serabi mulai dijual sejak pukul 03.00 WIB, kini dengan kedatangan generasi ketiga, proses pembuatan serabi dimulai sejak pukul 04.00 WIB. Langkah awal melibatkan pembuatan adonan dari tepung beras, gula pasir, dan santan. Adonan yang sudah siap kemudian dimasukkan ke dalam wajan kecil yang terbuat dari tanah liat, yang diletakkan di atas tungku kecil atau anglo yang menggunakan arang sebagai bahan bakar. Pembeli yang datang bisa langsung menyaksikan proses pembuatan kue ini, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka. Aktivitas berjualan serabi berlangsung hingga pukul 17.00 WIB, namun toko ini bisa tutup lebih awal jika persediaan serabi telah habis.

Setelah dibantu oleh suaminya, usaha Serabi Notosuman mengalami perkembangan dengan mengubah teknik pengolahan menggunakan kompor gas sebagai bahan bakar, yang sebelumnya menggunakan kerep dan arang. Meskipun demikian, menurut Nyonya Lidia, penggunaan kompor gas tidak mempengaruhi rasa dari Serabi Notosuman, karena tidak ada keluhan dari konsumen.

Selain itu, generasi ke-3 Serabi Notosuman mulai merekrut karyawan karena peningkatan jumlah pembeli yang signifikan. Dalam sehari, Nyonya Lidia bisa menggunakan sekitar 100 kg bahan untuk membuat serabi, sehingga merekrut karyawan menjadi langkah yang diperlukan untuk memenuhi permintaan tersebut. Meskipun jumlah karyawan tidak tetap karena ada yang keluar dan masuk, mereka membantu dalam produksi serabi. Beberapa karyawan juga memilih AQ untuk keluar dan membuka usaha sendiri setelah bekerja di Serabi Notosuman.

3. Pemasaran

Serabi Notosuman memiliki kekhasan dengan bagian tengah yang lebih

tebal dan manis serta tekstur kulit pinggir yang lebih lunak. Nyonya Lidia mencoba memodifikasi serabi dengan menggunakan meses coklat, pisang, dan nangka di atasnya, namun hal tersebut mengurangi keaslian rasa serabi. Oleh karena itu, sekarang Serabi Notosuman disajikan tanpa tambahan, tetap mempertahankan kesederhanaan dan keaslian rasa. Penyajiannya juga berubah, dari serabi bundar menjadi digulung dengan daun pisang dan dikemas dalam kardus berwarna hijau untuk memudahkan pembeli membawa sebagai oleh-oleh.

Sejak tahun 2006, Serabi Notosuman menggunakan Santan Kara dalam pembuatannya, tanpa mengubah rasa aslinya. Pada tahun 1992, merek dagang "Serabi Solo Notosuman" didaftarkan oleh Nyonya Lidia untuk menjaga keaslian dan membedakannya dari serabi lainnya. Harga serabi telah mengalami kenaikan dari waktu ke waktu, yang dipengaruhi oleh naiknya harga bahan baku. Serabi Notosuman memiliki banyak pelanggan termasuk Presiden Soekarno dan Soeharto, yang membuatnya semakin populer.

Pada tahun 1998, usaha Serabi Notosuman mengalami penurunan penjualan akibat krisis ekonomi dan keamanan di Surakarta. Namun, usaha ini tetap berlanjut dan menjadi populer di kalangan masyarakat, bahkan sampai ke luar Jawa. Nyonya Lidia tidak melakukan promosi, namun popularitasnya terus meningkat melalui promosi dari mulut ke mulut.

Nyonya Lidia menjaga keaslian resep Serabi Notosuman yang tak pernah berubah, menjaga kualitas dengan bahan baku terbaik, dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Sebagai warisan kuliner khas Surakarta, Serabi Notosuman terus berkembang hingga generasi ke-4 yang membuka cabang baru pada tahun 2003.

Perkembangan Serabi Notosuman Generasi ke-4 tahun 2003-2012

Pada tahun 2003, Serabi Notosuman mulai memperluas bisnis dengan membuka cabang di beberapa daerah di Jawa Tengah, termasuk Kudus, Boyolali, dan Yogyakarta. Cabang-cabang ini dipegang oleh generasi ke-4, yaitu anak-anak dari Nyonya Lidia. Anak pertama Nyonya Lidia, Yohanes Krismanto, mengelola cabang pertama di Yogyakarta, sementara cabang lainnya dibuka di Boyolali, Semarang, dan Kudus pada tahun yang sama. Setiap cabang dikelola langsung oleh anak-anaknya, seperti Markus Kristiono dan Matius Krismono di Boyolali, Lukas Kristanto di Kudus, dan anak angkatnya, Susi Lenawati, di Semarang.

Generasi ke-4 Serabi Notosuman tidak berbeda jauh dengan generasi sebelumnya, karena mereka sudah terlibat dalam proses pembuatan serabi sejak kecil. Mereka mampu membuat serabi dengan kualitas yang sama dengan generasi sebelumnya tanpa bekal khusus. Tidak ada resep rahasia yang disembunyikan, bahkan semua karyawan memiliki akses untuk membuat serabi dengan resep asli.

1. Bahan Baku

Di cabang-cabang Serabi Notosuman, aktivitas berjualan dimulai pada siang hari, berbeda dengan kebiasaan generasi ke-3. Meskipun begitu, setiap cabang Serabi Notosuman hanya menggunakan sekitar 50 kg tepung beras per hari, berbeda dengan generasi sebelumnya yang bisa menggunakan hingga 100 kg. Perbedaan ini disebabkan oleh jumlah pembeli yang berkurang, terutama karena mayoritas pembeli berasal dari luar daerah Surakarta yang datang sebagai wisatawan, sehingga Serabi Notosuman menjadi pilihan oleh-oleh yang populer sebagai kuliner tradisional Kota Surakarta.

2. Produksi

Generasi ke-4 tetap mempertahankan dua varian rasa Serabi Notosuman seperti sebelumnya. Sejak awal, Serabi Notosuman hanya tersedia dalam dua varian rasa, yaitu original dan coklat, yang hanya berbeda pada topingnya, dengan serabi coklat menggunakan meses sebagai tambahan. Konsistensi ini dipertahankan untuk menjaga keaslian dan ciri khas Serabi Notosuman.

Teknik pembuatan Serabi Notosuman oleh generasi ke-4 tidak berbeda jauh dengan generasi sebelumnya. Selain menjadi makanan khas Kota Surakarta, pembuatan serabi juga menarik karena pengunjung dapat melihat proses pembuatannya langsung di depan toko. Proses ini kini menggunakan peralatan semi-modern, dengan wajan kecil diletakkan di atas meja aluminium dan menggunakan kompor gas sebagai bahan bakar.

3. Pemasaran

Strategi pemasaran Serabi Notosuman generasi ke-4 berbeda sedikit dengan generasi sebelumnya. Serabi Notosuman, sebagai kuliner tradisional yang melekat dengan Kota Surakarta, tetap mengandalkan promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan serta mencantumkan alamat cabang pada kemasannya. Langkah ini mempermudah pemasaran dan memudahkan pelanggan di luar Kota Surakarta.

Meskipun zaman terus berubah, Serabi Notosuman tetap menjadi favorit selama empat generasi, menunjukkan ketahanannya dalam pasar yang dipenuhi dengan jajanan impor. Bahkan, produk ini sering dibawa oleh wisatawan sebagai oleh-oleh ketika bepergian ke luar negeri.

Dengan pembukaan cabang baru, Serabi Notosuman semakin menegaskan posisinya sebagai kuliner legendaris. Nyonya Lidia, sebagai generasi ke-3, memilih untuk tidak menjual nama merek

kepada pihak lain untuk menjaga keaslian resep Serabi Notosuman. Langkah ini juga membuat Serabi Notosuman semakin dikenal di berbagai daerah, meningkatkan jumlah pelanggan yang loyal.

Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan Serabi Notosuman pada tiap generasi berbeda beda, dari awal kemunculan Serabi Notosuman di generasi pertama sampai generasi ketiga masih menggunakan cara lama, yaitu dari mulut ke mulut atau dalam istilah jawa disebut “*getok tular*” dari masyarakat setempat ke masyarakat tempat lain, dari yang awalnya satu pembeli yang suka dengan Serabi Notosuman lalu mereka menyebarkan ke masyarakat yang lain dan memberikan pengalamannya kepada masyarakat yang membuat mereka tertarik untuk membeli dan merasakan apakah benar enak dan lezat apa yang dikatakan orang orang yang memberitahukannya tersebut.

Seiring berkembangnya zaman pada generasi keempat mulai melakukan sebuah gebrakan dan inovasi. Dari yang sebelumnya dari mulut ke mulut menjadi pembukaan cabang di berbagai daerah untuk lebih mengenalkan dan mempromosikan Serabi Notosuman ke masyarakat Indonesia agar lebih dikenal dan menarik pelanggan dari berbagai daerah. Dari pembukaan cabang juga muncul ide baru dengan pemanfaatan digitalisasi untuk lebih menjangkau kaum muda untuk mengenal Serabi Notosuman, dari instagram, blogspot, youtube, dll.

Terbukti dengan adanya pemasaran yang masih ini banyak masyarakat lebih mengenal mengenai Serabi khas Solo tersebut. Dari cabang cabang yang ada di Indonesia beberapa di antaranya di Kelola oleh anak dari owner serabi notosuman sendiri, seperti cabang pertama yang ada di Yogyakarta yang dikelola oleh anak pertama dari nyonya Lidia yaitu Yohanes Krismanto, di cabang cabang yang lain pun

juga seperti di Boyolali yang dikelola oleh Markus Kritiono dan Matius Krismono, cabang kudu yang dikelola oleh Lukas Kristanto, sedangkan di cabang semarang dikelola oleh anak angkatnya yaitu Susi Lenawati. Masih banyak cabang yang sudah berdiri seperti di Surabaya, Malang, dll. Walaupun tidak semuanya dikelola langsung tetapi masih dalam lingkup keluarga dari generasi sebelumnya.

Pemasaran yang dilakukan Serabi Notosuman dari pembukaan cabang, pengembangan media social dan website juga dari pengemasan. Pengemasan yang menarik juga merupakan salah satu cara dalam pengembangan pemasaran untuk menarik pelanggan, kemasan yang menarik, pemberian alamat dan nomor telepon untuk memudahkan pembeli dalam mengakses serabi notosuman.

Produksi

Dari generasi ke generasi cita rasa dan resep yang digunakan serabi notosuman tidak pernah berubah. Mereka masih sangat menjaga ciri khas dari rasa serabi notosuman secara turun temurun sehingga tidak lekang oleh perkembangan zaman, serabi notosuman juga sangat terbuka mengenai resep yang digunakan ini dapat dibuktikan dari adanya berbagai resep yang tersebar dan terpublikasi dari berbagai laman dan website di internet. Dari pekerja yang bekerja di serabi notosuman pun juga tidak menutup nutupi soal resep yang digunakan, bahkan mereka dapat mempraktekan dan membuatnya sendiri di rumah.

Inilah yang membuat banyaknya tiruan yang ada, karena resep yang tersebar luas di masyarakat dan sangat mudah untuk dapat diakses dan dijangkau. Walaupun banyaknya plagiarisme dan tiruan yang terjadi namun kebanyakan masyarakat di Indonesia sudah hafal dengan rasa dan keotentikan dari serabi

notosuman yang asli, seperti serabi notodewe yang ada di Mojosojo juga merupakan salah satu tiruan yang masih berdiri sampai sekarang yang membedakannya dengan serabi notosuman adalah dari segi harga dan juga keawetan dari serabinya. Serabi notosuman bisa dikatakan harganya lebih mahal daripada serabi notodewe, namun serabi notosuman lebih tahan lama daripada serabi notodewe.

Rasa yang ada juga hanya bertambah satu dari yang dulu hanya original menjadi ada varian rasa coklat. Jadi inovasi yang dilakukan dari segi rasa tanpa harus mengubah resep adalah dari memberikan topping atau varian baru yaitu rasa coklat, yang dibuat dengan taburan meses di atasnya yang nantinya akan meleleh. Jadi serabi notosuman hanya memiliki dua rasa yaitu original dan coklat. Lalu pertanyaan yang muncul adalah kenapa tidak adanya rasa baru untuk menarik minat anak muda agar tertarik membeli serabi notosuman?

Ini dimaksudkan bukan hanya untuk kaum anak muda, banyak anak muda yang lebih menyukai rasa manis dan gurih, jadi selain untuk menjaga rasa otentik serabi notosuman juga menjaga keaslian rasa serabi itu sendiri, karena jika banyaknya rasa yang digunakan, ditakutkan nantinya rasa yang harusnya otentik menjadi aneh, seperti diberi varian rasa pisang dan Nangka, blueberry, dll.

Banyaknya lika liku yang dilewati dari berbagai zaman yang telah dilewati tidak membuat serabi notosuman lekang oleh zaman, bahkan sampai sekarang masih banyak dikenal dan bahkan siapa yang tidak mengetahui serabi notosuman. Banyaknya cabang dan rasa yang selalu konsisten dan otentik menjadikan salah satu makanan legendaris dari solo yang menjadi legenda dan kudapan yang laris dari berbagai kalangan, dari masyarakat biasa sampai menengah keatas semua menyukai serabi notosuman.

Kesimpulan

Bisnis kuliner Serabi Notosuman yang berlokasi di Surakarta ini dirintis oleh pasangan etnis Tionghoa, Ny Hoo Geng Hok dan Tan Giok Lan. Usaha ini bermula dari sebuah ketidaksengajaan ketika Ibu Hoo Geng Hok yang awalnya seorang pembuat kue apem diminta untuk membuat kue pipih yang kemudian dikenal dengan nama serabi. Seiring berjalannya waktu, popularitas Serabi Notosuman semakin meningkat, dan dikenal karena cita rasa dan kebersihannya yang unggul.

Kesuksesan Serabi Notosuman menyebabkan munculnya banyak pesaing. Namun Serabi Notosuman tetap digemari karena cita rasa asli dan bahan-bahan berkualitas, antara lain tepung beras unggulan Cianjur, gula pasir, garam, dan santan pilihan. Adonannya dimasak menggunakan wajan tanah liat kecil di atas kompor/anglo dan dipanggang menggunakan arang

Ini adalah oleh-oleh yang populer di kalangan wisatawan yang berkunjung ke Surakarta. Warung sederhana yang terletak di pinggir jalan ini tidak memiliki tempat duduk atau tukang parkir, namun popularitasnya tetap tinggi karena rasa dan kualitas serabinya yang autentik

Daftar Pustaka

- Digilib.uns.ac.id. 2016. *Serabi notosuman sebagai kuliner tradisional dikota Surakarta dan perkembangannya*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/52891/MjIIMDkw/Serabi-Notosuman-Sebagai-Kuliner-Tradisional-di-Kota-Surakarta-Tahun-1987-2012-4.pdf> Di unduh pada : Rabu, 3 April 2024 pukul 00.15 WIB
- Duhri, M. K. (2022, 23 februari rabu). Berusia Hampir 1 Abad, Ini Asal Usul Serabi Notosuman yang Legendaris.
- Gisella Preswita 2019. Serabi Notosuman Cabang Surabaya. Tempat Makan, Tempat Wisata. <https://jambukalamat.blogspot.com/2019/0>

- 4/jam-buka-serabi-notosuman-surabaya.html. Diakses pada : Kamis, 4 April 2024 pukul 20.25 WIB
- <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=2103>
- Kaya, I. (n.d.). Serabi Notosuman, Kue Warisan Leluhur.
- Kemdikbud. (2021). Warisan Budaya Takbenda Indonesia.
- Kemendikbud (2021). “Serabi Notosuman”. Warisan Budaya Kemdikbud. Diakses pada 5 April 2024, pukul 20.14 WIB.
- Kemendikbud 2021. *Serabi Notosuman*. Domain kemahiran dan Kerajinan Tradisional. <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=2103>. Diakses pada : Kamis, 4 April 2024 pukul 20.20 WIB
- Lidia. 2017. *Serba-serbi serabi*. Reterived April, 5, 2021 From
- serabinotosumannylidia.Blogspot<https://serabinotosumannylidia.blogspot.com/2017/12/oleh-oleh-khas-solo-serabi-notosuman-ny.html>. Di unduh pada : Selasa, 2 April 2024 pukul 23.50 WIB
- Purnomo, I. A. (2009). *Perencanaan media promosi serabi Notosuman melalui desain komunikasi visual*. Universitas Sebelas Maret.
- Rusdiyana, N. (2018, Mei). Yang Manis Dari Solo.
- Saeroji, A., & Wijaya, D. A. (2017). Pemetaan wisata kuliner khas Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(1), 13-27.
- Sulistyo, A. (2016). *Serabi Notosuman Sebagai Kuliner Tradisional di Kota Surakarta Tahun 1987-2012*. Universitas Sebelas Maret.