

## INOVASI PRODUK CINDERAMATA DESA WISATA GERABAH SITIWINANGUN KABUPATEN CIREBON

Nurul Chamidah<sup>1</sup>, Gunawan<sup>2</sup>, Daduk Merdika Mansur<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Muhammadiyah Cirebon

<sup>2</sup>Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institute Teknologi Bandung,

<sup>3</sup>Grow Up Institute,

E-mail: <sup>1</sup>[nurul.chamidah@umc.ac.id](mailto:nurul.chamidah@umc.ac.id), <sup>2</sup>[sarif\\_gunawan@yahoo.com](mailto:sarif_gunawan@yahoo.com)

<sup>3</sup>[growupinstitute.18id@gmail.com](mailto:growupinstitute.18id@gmail.com)

### ABSTRAK

Cinderamata memiliki peranan penting sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat dengan terbukanya lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan dan menumpuhkan rasa kebanggaan diri dari sebuah wilayah. Desa Wisata Sitiwinangun terkenal sebagai desa pengrajin gerabah yang bernilai indikasi geografis dan telah ada semenjak 800 tahun yang lalu serta terjaga hingga saat ini. Potensi tersebut dioptimalkan sebagai jalan menuju pemberdayaan masyarakat. Nilai tambah bagi pengrajin gerabah adalah dengan membuat produk cinderamata selain produk unggulan desa yang telah ada. Penelitian ini menjelaskan inovasi cinderamata yang tepat dari sisi nilai, handle, kekhasan dan nilai ekonomis produk. Inovasi yang diberikan berupa inovasi produk berupa pembuatan produk baru yang sesuai dengan segmentasi wisatawan dengan tetap mengedepankan kualitas, harga dan kemudahan dibawa pulang; inovasi teknik diberikan dalam bentuk pelatihan penggunaan teknik cor yang membuat produk gerabah menjadi semi produk industri dengan kesamaan ukuran namun tetap memberikan kekhasan daerah serta kekhasan produk; dan inovasi kemasan yang bertujuan memberikan perlindungan produk cinderamata dengan berfokus pada keramahan lingkungan serta memberi nilai edukasi produk daerah.

*Keyword:* inovasi, cinderamata, gerabah, desa wisata.

### ABSTRACT

*Souvenirs has an important role as a form of community empowerment by opening up new jobs, increasing income and gaining a sense of pride from a region. Sitiwinangun Tourism Village is famous as a pottery craftsman village that is of geographical significance and has existed since 800 years ago and is preserved until today. This potential is optimized as a path to community empowerment. An added value for potters is to make cinderamata products in addition to the existing village superior products. This research explains the right souvenir innovation in terms of value, handle, peculiarities and economic value of the product. The innovations provided are in the form of product innovations in the form of making new products that are in accordance with the segmentation of tourists while still prioritizing quality, price and ease of takeout; Engineering innovation is provided in the form of training on the use of cast techniques that make earthenware products into semi-industrial*

*products with similar sizes but still provide regional peculiarities and product peculiarities; and packaging innovations aimed at providing protection of cinderamata products on the basis of environmental friendliness and providing educational value for regional products.*

*Keywords: innovations, souvenirs, pottery, tourist villages.*

## PENDAHULUAN

Cinderamata atau buah tangan merupakan sebuah produk/benda yang biasa di bawa oleh para pelancong atau wisatawan dalam mengunjungi setiap daerah yang di datangi sebagai tanda telah mendatangi suatu wilayah tersebut. Karakteristik kewilayahan suatu produk yang dicari oleh wisatawan menjadi daya tarik terpenting untuk memutuskan mendapatkan cinderamata tersebut. Disisi lain, bagi para kreator cinderamata, ini merupakan salah satu sumber mata pencaharian dalam menopang kehidupan perekonomiannya. Lebih dari itu, pengembangan produk cinderamata dapat menjadikan identitas sebuah wilayah dan kebanggaan daerah.

Sitiwinangun merupakan salah satu desa di daerah Cirebon penghasil tembikar tertua di Indonesia. Seiring perubahan jaman, produk tembikar atau lebih dikenal dengan nama gerabah ini sudah harus mengikuti perubahan jaman itu sendiri, akan tetapi perubahan tersebut baiknya tetap tidak meninggalkan ciri khas wilayah tersebut sebagai identitas geografis nya. Paduan modernitas dan tradisional menjadi kata kunci dalam pengembangan produk cinderamata pada produk gerabah sitiwinangun ini.

Dalam pengembangan produk gerabah sitiwinangun ini, ada beberapa hal yang mendesak untuk diselesaikan, salah satunya dikarenakan produk gerabah yang sudah eksis sekarang telah dianggap produk masa lalu, dan sebagian sudah tidak sesuai dengan pemenuhan kebutuhan fungsi masyarakat pada saat ini., sehingga banyak ditinggalkan oleh konsumen nya. Desa wisata menjadi program unggulan kementerian pariwisata dan harapan baru pembangunan Indonesia dengan konsep

pembangunan dengan modal murah, mudah dan membuka peluang kerja paling banyak. Desa wisata Indonesia memiliki banyak keunikan dan keaslian yang tidak dimiliki oleh daerah lain dan menjadi daya tarik tersendiri. Pasar wisatawan mencari orisinalitas untuk bisa dinikmati.

Souvenir atau cinderamata dapat menjadi sebuah keharusan dan penanda akan perjalanan wisata. Dalam perkembangannya souvenir dapat menjadi benda bernilai ekonomis, edukasi, pembelajaran seni, budaya dan penghormatan akan sebuah daerah dan juga dapat menjadi upaya memperkuat hubungan personal sampai kenegaraan. Souvenir adalah bentuk konsep dari tiga hal yang harus ada dalam wisata adalah *something to buy*. Senada dengan hal tersebut sapta pesona memiliki unsur kenangan maka souvenir bisa masuk dalam dua hal tersebut (Youti, 2010).

Persoalan saat ini cinderamata yang berasal dari produk lokal masih memiliki kekurangan seperti kualitas bahan, *finishing touch*, kemasan dan inovasi kekinian. Oleh karena itu, perlunya upaya guna menguatkan produk masyarakat hingga bernilai premium dan berdampak pada penguatan ekonomi dan sosial budaya sekitar. Nilai tambah lainnya adalah ramah lingkungan dan berbahan natural.

Cinderamata desa wisata Sitiwinangun perlu menekankan pada beberapa aspek dengan melihat atas permasalahan yang ada yaitu *Pertama*, harga. Produk disesuaikan dengan harga para konsumen yang datang yaitu para pelajar dan mahasiswa bisa seharga Rp. 10.000-50.000. Wisatawan yang memiliki ekspektasi terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga serta manfaat dari produk cinderamata tersebut. (Schiffman dan Kanuk dalam Ria Wiranti Harahap 2021). *Kedua*, *handable* kemudahan membawa produk cinderamata

agar tidak memakan tempat dan menjamin keamanan produk. Sebagaimana segmentasi wisatawan yang didominasi datang dari luar kota. *Ketiga*, kekhasan. Mencirikan kekhasan serta keunikan produk. Produk gerabah saat ini lebih banyak berupa produk gentong dan pedasan. *Keempat*, kemasan. Kemasan tepat untuk produk gerabah yang murah dan ramah lingkungan. Kemasan memiliki tiga fungsi yaitu sebagai syarat keamanan dan kemanfaatan; Kemasan sebagai program pemasaran; dan kemasan memikat dan menarik perhatian konsumen (Dyan Asdar Nursapitri Dewi, 2019)

Bisnis cinderamata itu penting sekali, karena pengeluaran wisatawan secara perorangan biasanya lebih besar untuk cinderamata daripada untuk menikmati obyek wisatawanya sendiri. Kunjungan wisatawan merupakan peluang yang besar bagi pemasaran produk kecil tersebut. Dengan demikian sektor industri kecil dan sektor pariwisata dapat berkembang secara sinergis dalam rangka pengembangan ekonomi lokal (Soekadjo dalam rinawati, 2018). Hal tersebut sesuai dengan konsep pengembangan ekonomi lokal yang di definisikan (Rianawati, 2018) bahwa ciri utama pengembangan ekonomi lokal adalah titik beratnya pada kebijakan pengembangan berbasis lokal dengan menggunakan potensi sumber daya manusia, intitusional, dan sumber daya alam setempat untuk membentuk daya saing daerah. Upaya ini difokuskan kepada menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang pertumbuhan kegiatan ekonomi. Pengembangan industri kecil tidak pernah lepas dari berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, keterampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan permodalan. Dalam hal pemasaran, industri kecil biasanya lemah dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. (Rinawati. 2018).

Melihat permasalahan diatas maka perlunya di inovasi dibebraapa aspek yaitu inovasi produk, inovasi teknik dan inovasi kemasan. 1) Inovasi produk adalah upaya berupa pembuatan produk baru yang khusus

ditujukan kepada wisatawan juga berfungsi sebagai produk baru. Produk baru dapat berupa produk yang kekinian dan instagramable. Seperti pot mini, gelas, tempat pensil, mangkok dan lainnya yang berukuran tidak lebih dari diameter 10 cm dan tinggi 15 cm. 2) Inovasi teknik juga bisa dilakukan dengan metode selain yang biasa dilakukan seperti teknik cetak, teknik ajun dan teknik ukir. Inovasi teknik yang diajukan dapat berupa teknik cor yang menghasilkan produk dengan tekstur dan ukuran yang sama. 3) Inovasi kemasan, ditujukan untuk memberikan nilai lebih pada produk juga sebagai promosi.

Pendampingan ini memiliki target luaran, berupa produk baru gerabah, publikasi artikel ilmiah, hak kekayaan intelektual (HAKI) pada produk dan artikel ilmiah.

## PELAKSANAAN DAN METODE

Pendampingan yang dilakukan adalah berupa pelatihan pembuatan produk berukuran kecil seperti pot kaktus, gelas, mangkok, tempat pensil dengan metode cor. Pelatihan dilakukan selama lebih dari tiga bulan mulai dari bulan Januari-Maret tahun 2021 dengan melakukan uji coba mulai dari teknik persiapan pencetakan gipsum, penyiapan/penyaringan bahan material, glasir dan pemanggangan. Pelatihan dilakukan di kelompok pengrajin gerabah APIK Craft dengan ketuanya Bapak Nurjaji. Anggota kelompok sekaligus peserta pelatihan ini sebanyak 10 orang. Lokasi pelatihan dilakukan di bengkel kerja Bapak Nurjaji.

Inovasi kemasan gerabah dilakukan beberapa kali percobaan pembuatan desain kemasan yang sesuai untuk produk gerabah. Mulai dari penentuan model kemasan, materi atau konten isi hingga material kemasan. Pelaksanaan kemasan lebih banyak menggunakan pendekatan diskusi dan studi literatur yang dilakukan oleh tim peneliti dan fasilitator Grow Up Institute. Pelatihan dan bantuan kemasan didukung penuh PT. Telkom Indonesia melalui program *Corporate Social Responcibility* (CSR). Penerapan inovasi kemasan dan teknologi penanda diberikan kepada seluruh pengrajin gerabah Sitiwinangun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Sitiwinangun, Kecamatan Jamblang merupakan desa wisata pertama di Kabupaten Cirebon dengan atraksi utamanya adalah kerajinan gerabah. Gerabah Sitiwinangun memiliki nilai historis dan bagian yang tidak terpisahkan dari sejarah Cirebon. Sitiwinangun menghasilkan produk gerabah dengan keahlian dari penduduknya sebagai pengrajin yang terkenal ahli membuat benda kuat dan tahan lama ketimbang benda gerabah daerah lainnya. Gerabah Sitiwinangun turut mensuplai kebutuhan gerabah bagi Keraton Kasepuhan Cirebon dari kebutuhan peralatan rumah tangga sampai pada produk untuk keperluan ritual dari dahulu hingga saat ini. Gerabah Sitiwinangun juga memiliki corak khas yang berbeda dengan gerabah asal Kasongan dan Plered. (nurul, 2020).

Tahun 1980 dengan dibukanya kran impor dengan produk porcelain dan plastik dari China, gerabah Sitiwinangun mulai mati suri. Hal ini disebabkan oleh minimnya inovasi dari pengrajin gerabah yang membuat produk peralatan rumah tangga. Kini pengrajin gerabah yang awalnya berjumlah lebih dari 200 orang kini hanya tersisa 40 orang dan didominasi oleh pengrajin lanjut usia. Tahun 2016 Desa Sitiwinangun Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat mendeklarasikan diri menjadi desa wisata gerabah melalui inisiasi dari Sultan Sepuh Cirebon XIV yaitu PRA. Arif Natadiningrat dan Forum Bisnis Cirebon. Desa wisata menjadi salah satu langkah guna menghidupkan kembali ekonomi masyarakat. Desa wisata berupaya memperkenalkan Sitiwinangun sebagai wilayah yang memiliki nilai historis, kearifan lokal, dan edukasi yang bertujuan memberikan nilai tambah atas produk gerabah. Selain itu, pengrajin mulai membuka diri dengan membuat produk seni bukan hanya produk peralatan rumah tangga saja. Dengan demikian gerabah sitiwinangun bukan semata-mata soal ekonomi tetapi juga bermakna historis dan religi (Chamidah, Endah, Erawati, 2018).

Desa wisata Sitiwinangun menawarkan paket wisata mulai dari harga Rp. 30.000/orang

sampai dengan Rp.75.000,-/orang. Paket wisata tersebut berisi dari berkeliling desa wisata dengan para pemandu dan diakhiri dengan praktek membuat gerabah. Data dari Kelompok sadar wisata Sitiwinangun menunjukkan bawa pengunjung didominasi oleh para pelajar dan mahasiswa dari luar kota seperti Jakarta dan Bandung. Umumnya wisatawan yang datang dapat membeli kerajinan gerabah sebagai cinderamata seperti gentong (wadah menyimpan air/beras) dan pedasan (gentong air untuk air wudhu) dengan hiasan khas Cirebon seperti mega mendung, sulur kangkong dan motif hewan mitologi.



Gambar 1. Produk gentong gerabah

Permasalahan yang terjadi adalah produk cinderamata masih berupa produk unggulan pengrajin seperti gentong dan pedasan yang berukuran besar, rentan pecah dan harga yang cukup mahal sekitar 70.000 hingga 700.000,-. Pengunjung desa wisata yang didominasi oleh pelajar dan mahasiswa belum menjadi konsumen tepat.

Hasil pendampingan dan pelatihan kepada pengrajin gerabah Sitiwinangun menghasilkan inovasi berupa inovasi produk, inovasi teknik dan inovasi kemasan. Penjelasan adalah sebagai berikut:

### 1. Inovasi Produk

Beberapa produk yang dihasilkan dari inovasi teknik ini adalah pot dan gelas, magnet kulkas gentong Sitiwinangun dan magnet

kulkas topeng Cirebon. Inovasi produk tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Pot dan mangkok

Maraknya tren menanam terutama saat pandemi Covid-19 membuat banyak peminat untuk produk pot. Dengan inovasi teknik cor, kekhasan utama berupa material tanah gerabah Sitiwinangun menjadi semakin mononjol ditambah dengan kehalusan pada permukaan produk. Pot ini dijual seharga Rp.15.000,- per unit. Motif pada permukaan luar pot mencirikan khas Cirebonan seperti mega mendung, sulur kangkong dan motif lainnya.



Gambar 2. Pot mini gerabah



Gambar 3. Produk mangkok dengan tambahan glasir pada sisi dalam produk.

b. Magnet kulkas gentong Sitiwinangun

Guna memenuhi unsur kekhasa, nilai ekonomi dan bernilai edukasi untuk produk cinderamata maka dilakukan pengumpulan informasi sebelum menjadi produk yang digunakan sebagai cinderamata. Produk yang diajukan menjadi miniatur adalah produk alat dapur rumah tangga. Pengrajin gerabah Sitiwinangun semenjak dulu memproduksi alat rumah tangga. Hasil observasi diperoleh 31 jenis (lampiran tabel) produk alat rumah tangga yang

dibuat oleh pengrajin kemudian dibuatlah miniatur produk berupa dengan teknik biskuit. Terdapat 10 jenis miniatur produk untuk magnet gerabah yang ditampilkan. Selain itu, terdapat tulisan SITIWINANGUN sebagai identitas wilayah.

Cinderamata ini memiliki nilai edukasi sebagai pengetahuan aneka alat rumah tangga yang digunakan oleh masyarakat kita sebelum kedatangan produk berbahan stainless dan besi. Gerabah merupakan media mengolah bahan makanan tertua di dunia. Hiasan ini dijual seharga Rp.8.000,- sampai dengan Rp. 10.000,-.

Selain itu, Cirebon juga terkenal dengan kuliner khas yaitu empal gentong. Empal sejenis makanan kuah santan berwarna kuning dengan isian daging sapi yang dimasak menggunakan gentong tanah liat. Gentong inilah menjadi menu rahasia yang menjadikan sensasi makanan yang lezat. Oleh karena itu pemilihan gentong sebagai produk cinderamata miniature dapat dijual di rumah makan khas Cirebon atau toko oleh-oleh atau pusat kerajinan lainnya.



Gambar 4. Miniatur alat dapur sebagai bentuk hiasan magnet



Gambar 5. Magnet sebagai media tempelan kulkas

c. Magnet kulkas topeng Cirebon

Topeng Cirebon merupakan salah satu kesenian dari Cirebon yang terdiri dari lima karakter yaitu Panji, Samba, Rummyang, Tumenggung dan Kelana. Topeng Cirebon awalnya menjadi media dakwah penyebaran agama Islam dengan penjelasan mengenai filosofi tingkatan kehidupan atau perwatakan manusia. Karakter topeng ini menjadi produk gerabah Sitiwinangun dengan teknik cetak. Keunggulan lainnya adalah pelukisan wajah dilakukan secara manual atau *handmade*. Ketelitian inilah yang menjadi nilai jual. Topeng gerabah ini dibuat dalam berbagai ukuran yaitu kecil (5cm), sedang (10cm) dan besar (15cm). awalnya topeng ini untuk hiasan dinding atau hiasan duduk. Sementara ukuran kecil dibuat sebagai gantungan kunci. Kelemahan gantungan kunci ini adalah rentan benturan yang membuat hidung topeng patah. Oleh karena itu, inovasi yang diberikan adalah menjadi magnet kulkas.

Media penempelan magnet dibantu dengan media busa atau styrofoam sebagai bantalan magnet. Busa dipilih agar tidak memberatkan massa topeng, jika dibandingkan dengan karet atau tanah liat. Produk topeng gerabah ini awalnya dijual Rp. 3.000,- sampai dengan Rp. 4.000,-. Inovasi produk berupa magnet topeng kulkas memberikan nilai tambah 100% sampai 150% seharga Rp. 8.000,- sampai dengan Rp. 10.000,-.



Gambar 6. Magnet topeng Cirebon gerabah Sitiwinangun.

## 2. Inovasi Teknik

Pengrajin gerabah sitiwinangun masih menggunakan teknik anjun/putar dalam pembuatan produk gerabah. Teknik ini menjadikan produk memiliki kekhasan sebagai produk handmade. Gerabah sitiwinangun masih memiliki tekstur permukaan kasar. Kondisi ini juga dapat menjadi nilai kekhasan produk yang memiliki nilai sejarah dan indikasi geografis tanah gerabah Sitiwinangun. Namun upaya pasar industrial memerlukan produk terstandar sehingga diperlukan teknik yang khusus. Dalam riset ini dilakukan teknik cor guna menstandarisasi produk dari ukuran dan bahan. Sisi handmade dan kekhasan produk masih dapat dilakukan saat finishing touch berupa hiasan diluar sisi produk.



Gambar 7. Teknik anjun pengrajin

Teknik paling awal adalah pemilihan tanah liat yang berwarna kecoklatan atau putih kecoklatan. Pertama, tanah liat disimpan di suatu tempat khusus, kemudian disiram dengan air hingga basah merata dan didiamkan selama 1-2 hari. Selanjutnya, tanah liat digiling lebih rekat dan liat. Ada dua teknik penggilingan tanah, yaitu teknik manual dan teknik mekanis dengan bantuan mesin. Teknik manual dilakukan dengan cara menginjak-injak tanah liat hingga ulet dan halus. Teknik mekanis dilakukan dengan penggilingan menggunakan mesin penggiling tanah. Hasil yang baik adalah menggunakan proses manual. Tanah liat sudah digiling siap untuk digunakan membuat gerabah. peralatan yang digunakan untuk membuat gerabah, antara lain pisau cukil yang terbuat dari kayu atau bambu, sundip yang

terbiat dari kawat, bustir dengan tangkai kayu, tali pemotong, meja putar, kayu penggilas dan pisau.



Gambar 8. Proses teknik cor dan glasir.

Tanah liat sendiri yang akan digunakan harus bertekstur halus, dengan cara disaring (min 80 *mesh*). Hal ini dilakukan untuk menyaring tanah liat dalam kondisi kering maupun basah, sehingga menghasilkan tanah yang jauh lebih halus (sari pati tanahnya). *Mesh* ini merupakan saringan yang digunakan biasanya terbuat dari kawat baja. Angka ukuran pada *mesh* pun menunjukkan tingkat kerapatan ataupun jumlah lubang dalam keeluasaan satu inchi persegi ( $\pm 2,5\text{cm}^2$ ), sehingga semakin besar angkanya akan semakin banyak lubang saringan atau semakin halus hasil saringannya.

Tahapan teknik cor diawali dari membuat mold, penuangan, pengeringan dan pengovenan. Penjelasan lebih lanjut diuraikan dibawah ini:

#### 1. Membuat mold

- a. Molding dari bahan kayu lapis (tripleks) desain yang telah direvisi ditempelkan diatas kayu lapis menggunakan lem kayu, kemudian dipotong menggunakan scroll saw.
- b. Cetakan dibuat menggunakan bahan kayu lapis dan kayu ring (3x4cm) dengan ukuran sesuai dengan ukuran molding yaitu 25cm x 50cm. Cetakan yang disiapkan untuk digunakan dilapisi dengan zat khusus yang dapat memisahkan antara cetakan dan silicon rubber. Zat pemisah dimaksudkan untuk memudahkan pemisahan cetakan

dari molding. Dengan menggunakan zat pemisah maka molding dan cetakan dapat terlindungi dengan baik, sehingga molding dapat digunakan untuk membuat cetakan berikutnya. Zat pemisah yang digunakan dapat berupa bahan cat khusus yaitu epoxy, selain itu juga dapat digunakan bahan wax lilin. Setelah cetakan diolesi dengan epoxy dan wax maka cetakan atau silicon rubber sudah dapat aplikasi pada cetakan. Silicon rubber yang digunakan adalah silicon rubber RTV 683, RTV 555 dan zat aditif atau sering disebut dengan katalis yaitu zat berfungsi sebagai pengental. Perbandingan antara silicon dan katalis adalah 1:40. Perbandingan ini dapat diubah sesuai keinginan, jika diinginkan silicon mengeras dengan cepat, maka perkecil perbandingannya misalnya menjadi 1:30. Sebaliknya jika diinginkan kualitas yang baik maka perkecil jumlah katalis yang digunakan, misalnya 1:60 dengan waktu pengerasan 24 jam. Dalam penelitian ini digunakan perbandingan 1:30, molding dilepaskan dari silicon setelah dikeringkan selama 24 jam.

- c. Selanjutnya, cetak gypsum yang digunakan adalah gypsum coating yang biasa digunakan untuk keperluan produk cetak elemen interior (gerabah). Cara menggunakan gypsum adalah diaduk dengan air, kemudian dituang ke dalam cetakan. Proses pengolahan gypsum adalah sebagai berikut, masukan air sesuai kebutuhan cetak ke dalam sebuah wadah terbuat dari bahan plastik, taburkan gypsum secara sedikit demi sedikit ke dalam wadah berisi air. Tepung gypsum ditaburkan ke dalam wadah berisi air sampai merata dengan air terdapat di dalam wadah. Selanjutnya biarkan beberapa saat, kemudian gypsum yang telah bersatu dengan air dituangkan dengan menggunakan alat seperti sendok ke dalam cetakan. Penuangan gypsum

dapat pula dilakukan dengan menggunakan tangan sampai gypsum merata dengan cetakan. Gypsum dapat mengering dengan cepat yaitu dalam waktu 10-20 menit. Namun agar produk tidak rusak sebaiknya ditunggu sampai gypsum benar-benar telah mengeras dengan sempurna. Setelah gypsum mengeras dengan sempurna, ornament dapat dikeluarkan dari cetakan.

## 2. Penuangan

Setelah molding gypsum (alat cetak) maka tanah liat basah yang telah di mesh bisa masuk ke dalam cetakan. Pemilihan bahan cetakan dengan gypsum ini tahan dengan air dan proses pencetakan bisa lebih cepat kering.

## 3. Pengirangan

Setelah proses cetak, selanjutnya adalah proses pengeringan dengan teknik manual bantuan angin dan cahaya matahari dengan cara gerabah yang lolos cetak akan disusun di rak untuk proses pengeringan secara alami. Setelah dirasa cukup kering, gerabah yang dihasilkan belum dikatakan sempurna. Karena, meskipun gerabah sudah kering jika terkena air akan tetap kembali basah dan bisa merubah bentuknya. Oleh karenanya kita perlu melakukan teknik pengeringan sempurna baik dengan cara pembakaran maupun dengan bantuan alat pemanas (oven).

## 4. Pengovenan

Setelah melewati fase pengeringan secara alami, selanjutnya masuk ke tahap pengeringan sempurna dengan bantuan alat oven maupun pembakaran. Proses ini dilakukan supaya keramik atau gerabah semula rapuh menjadi padat, keras, dan kuat. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil pembakaran di antaranya suhu matang, atmosfer tungku, dan mineral yang terlibat. Bahan-bahan keramik mentah kemudian dimasukkan ke dalam tungku selama 3 jam.

## 5. Pendinginan

Setelah proses pembakaran oven selesai, mesin oven tidak langsung dibuka sebab

akan terjadi perubahan suhu secara dratis dapat merusak struktur gerabah. Oleh karena itu, proses pembukaan oven dilakukan setelah 24 jam pasca pembakaran. Proses pendinginan ini dilakukan secara perlahan didalam mesin oven. Setelah dingin produk gerabah bisa dikeluarkan.



Gambar 9. Mesin oven gerabah dan produk hasil pengovenan

## 3. Inovasi Kemasan

Kemasan sebagai media pembungkus produk dibutuhkan guna melindungi produk. Kemasan juga bernilai sebagai media promosi, pelindung dan citra. Inovasi kemasan ini dilakukan dengan beberapa pilihan seperti kemasan box kertas dan besek bambu.

### a. Kemasan Box.

Model pertama box untuk magnet gerabah adalah kemasan kertas. Kemasan dibentuk dalam wadah geser untuk magnet gerabah miniatur alat rumah tangga (lihat tabel 1) (lihat gambar 10). Kemasan ini terdiri atas 4 sisi yaitu sisi depan, dua sisi samping dan sisi belakang. Sisi depan menampilkan logo *the new* Gerabah Sitiwinangun dengan gambar produk gelas yang menggunakan teknik cor. Gambar sisi kanan kiri diberikan gambar atas logo lembaga yang menjadi sponsor bagi desa Sitiwinangun yaitu PT. Telkom Indonesia, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon dan Grow Up Institute. Pada bagian belakang adalah penjelasan singkat mengenai sejarah singkat Sitiwinangun serta pilihan produk gerabah yang berada di dalam kemasan serta logo kelompok pengrajin yaitu APIK Craft.



Gambar 10. Kemasan magnet gentong

#### b. Kemasan kertas lipat

Kemasan kedua berupa kertas lipat dan plastik. Kemasan ini untuk topeng gerabah diberikan penjelasan mengenai nama-nama karakter topeng dan perlambangannya. Kemasan ini memiliki dua sisi yaitu sisi depan dan belakang. Pada sisi depan diberikan penjelasan mengenai nama produk yaitu Magnet Topeng Gerabah serta tulisan Desa Wisata Gerabah Sitiwinangun, Cirebon, Indonesia. Selain itu diberikan logo bertuliskan *handmade* atau buatan tangan untuk memberikan penekanan nilai sebagai barang kerajinan khas daerah. Pada sisi belakang diberikan penjelasan singkat mengenai sejarah Sitiwinangun mulai dari dulu hingga saat ini dengan Judul Sitiwinangun, Art, History dan Religy. Hal ini bertujuan agar pengunjung bisa mendapatkan edukasi serta nilai kebudayaan dari benda serta wilayah yang dikunjunginya. Selain itu ditambahkan logo lembaga Grow Up Institute dan PT. Telkom Indonesia sebagai pendukung program pendampingan ini.

Pilihan kemasan kertas lipat dengan tambahan plastik mika bertujuan agar

penjual bisa memajang produknya dengan teknik gantung dan bisa membeli satuan sesuai keinginan atau bisa lima set sekaligus.



Gambar 11. Kemasan magnet topeng gerabah tampak depan dan belakang

#### c. Kemasan besek bambu

Menggunakan besek bambu menjadi pilihan sebab berbahan alami dan mudah disesuaikan dengan kondisi gerabah. Besek sudah ready stok dengan berbagai ukuran. Pemilihan besek ini, memberi nilai tambah dengan unsur *go green* berbahan alami serta nilai etnik yang makin memperkuat kesan produk wisata budaya Desa Sitiwinangun.

Hambatan masih sering terjadi ketika pesanan yang mepet waktu dan pengrajin tidak menyediakan kemasan besek siap sedia (*ready on stock*) dan hanya dilakukan pada produk pesanan. Hal ini menjadikan pembeli *on site* tidak mendapatkan kemasan besek untuk produk yang mereka beli. Kondisinya disebabkan belum adanya lembaga desa yang bisa mendukung stok produk kemasan kepada pengrajin. Selama ini pengrajin masih melakukan pekerjaan hulu hingga hilir dalam artian mulai dari produksi, ide, modal, sampai pada kemasan dan penjualan. Belum terjadi proses industrialisasi kerajinan gerabah atau marketing terpadu yang bisa bekerjasama dengan bumdes.



Gambar 12. Kemasan besek bambu

Sebagai tambahan inovasi yang dilakukan oleh kami di Sitiwinangun adalah dengan memberikan identitas produk adalah penanda kewilayahan. Banyak sekali nama sebuah daerah menjadi keunggulan sebuah produk. Seperti nama Malioboro, Yogya, Bali, dan lainnya. Nama daerah penunjuk kekhasan bahwa lokasi tersebut telah didatangi oleh wisatawan atau penanda bahwa produk tersebut diperoleh dari lokasi tersebut.

Pemilihan Sitiwinangun menjadi penanda kewilayahan yang ada di kabupaten Cirebon. Sitiwinangun menjadi sebuah nama desa juga bernilai historical. Selain itu, Sitiwinangun menjadi *brand* merek bagi semua pengrajin Sitiwinangun. Pemberian tanda diberikan dalam bagian di produk cinderamata (gambar 14) juga melekat pada setiap produk gerabah yang dibuat oleh pengrajin seperti gentong, vas, mangkok, pot dan lainnya. Alat untuk memberikan bekas tulisan sitiwinangun menggunakan toyobo berbentuk lingkaran dengan gagang kayu. Tekniknya dilakukan sebagaimana cap basah pada kertas, tetapi diganti pada media gerabah yang masih basah. Permukaan cap berbentuk menonjol keluar sehingga bekas tekanan akan terlihat membentuk tulisan Sitiwinangun-Cirebon. Cap tulisan Sitiwinangun-Cirebon ini dibagikan secara percuma kepada seluruh pengrajin di Desa Sitiwinangun



Gambar 13. Tulisan SITIWINANGUN menjadi identitas



Gambar 14. Proses penambahan tulisan penanda produk



Gambar 15. Hasil pencetakan penanda pada bagian bawah pot

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada *Community Development Center* (CDC) PT. Telkom Indonesia yang menjadikan Desa Sitiwinangun sebagai Desa Binaan semenjak tahun 2019 hingga saat ini. Kepada Titis Puspita Sari Dewi, M.Sc dan Anisa Puspita, M.Sc yang

telah mendampingi program pemberdayaan Desa Sitiwinangun serta ide awal inovasi produk cinderamata gerabah Sitiwinangun. Grow Up Institute sebagai *non-government organization* yang menjadi fasilitator/pendamping masyarakat desa wisata Sitiwinangun. Kami ucapkan terima kasih kepada Forum Bisnis Cirebon yang merupakan wadah para sosio-entrepreneur di Cirebon yang telah mengawal Desa Sitiwinangun menjadi desa wisata pertama di Kabupaten Cirebon. Rekan mahasiswa pengumpul data di lapangan yaitu Yusrin dan Gian mahasiswa dari Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) sekaligus anggota dari Lintang Nuswantara.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Produk cinderamata harapannya dapat meningkatkan pendapatan pengrajin gerabah. Produk ini juga bisa diperluas menjadi cinderamata khas dari Cirebon yang bisa didapatkan dimana saja, baik di sentra oleh-oleh khas Cirebon, restoran, hotel, stasiun dan objek wisata lainnya. Produk cinderamata ini juga sebagai bentuk promosi Pemerintah Daerah Kabupaten Cirebon. Pemberdayaan desa wisata Gerabah Sitiwinangun memerlukan keterlibatan stakeholder lintas sektor dan pendampingan mulai dari hulu dan hilir terutama pada sektor marketing yang bisa disinergikan dengan marketing desa wisata.

Terdapat tiga faktor penting yang harus dilakukan kepada para perajin gerabah agar bisnis gerabah dapat berkelanjutan, yaitu:

1. Peningkatan teknis, mengikuti perkembangan teknik gerabah modern, dengan tidak meninggalkan karakter gerabah Sitiwinangun
2. Memperkaya desain, agar mampu bersaing dengan produk-produk serupa di tanah air.
3. Meningkatkan skill bisnis/wirausaha para pengrajin. Pada tahapan ini kondisi pengrajin gerabah Sitiwinangun masih lumayan ruwet. Hal ini terbukti ketika inovasi produk tetapi masih belum bisa dibarengi dengan peningkatan ekonomi pelaku usahanya padahal permintaan

produk sudah mulai bagus. Keterbatasan modal usaha dan juga proses hilirisasi produk masih terbatas pada setiap pengrajin. Hal ini dikarenakan belum kuatnya sistem kelembagaan desa seperti badan usaha milik desa (Bumdes) yang belum mengarah pada penguatan ekonomi pengrajin gerabah.

## DAFTAR PUSTAKA

Chamidah, N., Erawati, D., Nurhawaeny, E. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Kerajinan Gerabah Sitiwinangun, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. *Komunikasi, Religi Dan Budaya*.

Chamidah, N. 2021. Komunikasi Aktor Pembangunan Dalam Pengembangan Desa Wisata Sitiwinangun Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. [Disertasi]. Yogyakarta (ID) Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.

Dewi, D. A. N. (2019). Pemanfaatan Limbah Kayu Untuk Kemasan Cenderamata Khas Kalimantan Timur. *Jurnal Kreatif*, 6(2), 1-15.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.46964/jkdpia.v6i2.18>

Harahap, R. W. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Wisata Tomok Khususnya Produk Souvenir Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Minat Berkunjung Kembali* [Universitas HKBP Nommensen].  
<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5353>

Ismayana, Chamidah, N. 2017. (2017). The Protection Of Intellectual Property Rights On Local-Wisdom Based Crafts In A Tourism Village In Cirebon, West Java, Indonesia. *2nd International Conference on Social and Political*

*Development (ICOSOP 2017).*

- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10(2), 12.
- Kementrian Pariwisata. (2016). *Laporan Akuntabilitas Kinerja*. Kementrian Pariwisata Republik Indonesia.
- Maryani, E. 2018, *Problem Revolusi Digital dalam Masyarakat Multikultur*, materi seminar nasional multikultural di era digital, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Natadiningrat, A. (2016). *Sitiwinangun Diresmikan Sebagai Desa Wisata Gerabah*.
- Rinawati, N. (2007). *Prospek Pengembangan Industri Cinderamata dan Makanan oleh-oleh di Kabupaten Magelang*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Yoeti, O. A. (2010). *Dasar-dasar Pengertian Hospitality Pariwisata*. PT. Alumni.

Tabel lampiran  
Ragam produk alat rumah tangga dari gerabah dan fungsinya

No	Nama/Bentuk Gerabah	Fungsi dan Penjelasan
1.	Gentong Gede	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wadah untuk menyimpan gabah padi.</li><li>• Aman dari tikus</li><li>• Isi/volume lebih banyak</li><li>• lebar = 70-100 cm, tinggi = 100-200cm</li></ul>
2.	Gentong Sedang	<ul style="list-style-type: none"><li>• Untuk fermentasi pisang, biasanya untuk hajatan.</li><li>• lebar = 50-70 cm, tinggi = 50-100cm</li></ul>
3.	Gentong Kecil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sebagai tempat air minum</li><li>• Biasanya disertai gayung dari batok kelapa</li><li>• Wadah air bersih untuk masak</li><li>• Lebar = 40-50 cm, tinggi = 40-50 cm</li></ul>
4.	Pedaringan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Penyimpanan beras</li></ul>
5.	Buyung	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alat untuk mengambil air (ibu-ibu biasanya ambil air di sungai, lalu digendong dipingang)</li></ul>
6.	Klewer	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alat untuk mengambil air, namun ukurannya lebih kecil dari buyung. (biasanya dibawa oleh remaja)</li></ul>
7.	Blotong (dandang besar)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wadah untuk menanak nasi/nge-<i>liwet</i> (biasanya dalam jumlah besar untuk acara keluarga besar)</li></ul>
8.	Pegon (dandang kecil)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Untuk nge-<i>liwet</i> dalam jumlah sedikit (porsi disesuaikan untuk penyambutan tamu, keluarga kecil)</li></ul>
9.	Pendil	<ul style="list-style-type: none"><li>• untuk memanak nasi (biasanya nasi uduk)</li></ul>
10.	Pendil Ari-ari	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat untuk menyimpan ari-ari/ plasenta bayi (ritual menanam plasenta bayi)</li></ul>
11.	Kuali	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memasak sayur</li><li>• ukuran besar digunakan untuk hajatan/acara besar</li><li>• sedangkan ukuran kecil untuk rumah tangga</li></ul>
12.	Gosang /Jambangan air	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sebagai tempat air (pada dapur hajat)</li><li>• Digunakan untuk acara siraman tujuh bulanan</li></ul>
13.	Pengaron (Paso Karon)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat untuk karon/beras setengah matang</li></ul>
14.	Petapean/Paso Tape	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fermentasi tape dari ketan</li></ul>
15.	Paso Pindang (Pemandangan)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wadah pindang</li></ul>
16.	Pengempalan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat memasak empal (empal gentong)</li></ul>
17.	Padasan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat air wudhu (biasa ada di masjid/ mushola)</li></ul>
18.	Klowo	<ul style="list-style-type: none"><li>• wadah air untuk cuci tangan (kobokan)</li></ul>
19.	Pekiwan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fungsi tempat air untuk cuci tangan dan kaki (ukuran lebih kecil dari klowo dan ditempatkan tandem di tanah)</li></ul>
20.	Kencengan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat menggoreng sangrai</li></ul>
21.	Leper	<ul style="list-style-type: none"><li>• Untuk tempat mepes/ pepes (ukuran lebih kecil dari kencengan)</li></ul>
22.	Penyaran Apem	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat untuk pembuatan apem</li></ul>

23.	Pengraben	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat bikin serabi</li></ul>
24.	Kekeb (tutup)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sebagai penutup wadah.</li><li>• Berbagai macam ukuran, disesuaikan besar dan kecilnya)</li></ul>
25.	Kendi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat air minum</li></ul>
26.	Cowet/cobek	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat bikin sambel (berbagai ukuran disesuaikan kebutuhan)</li></ul>
27.	Cuwo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wadah sambel</li></ul>
28.	Keren	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tungku pembakaran (biasanya untuk memasak nasi dengan blotong/dandang besar)</li></ul>
29.	Anglo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tungku bara (lebih kecil dari keren, biasanya digunakan untuk memasak empal gentong)</li></ul>
30.	Pedupaan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat bakar wangi-wangian</li></ul>
31.	Aneka jenis pot	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat menanam bunga/tanaman.</li></ul>