

Implementasi Metode *Pottery Making* Dan Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Produk Kreatif UMKM Tembikar Lestari Di Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang Dalam Perspektif Ekonomi Islam

<sup>1</sup>Masnum Rambe, <sup>2</sup>Sugianto, <sup>3</sup>Muhammad Syahbudi

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, [masnumrambe21@gmail.com](mailto:masnumrambe21@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, [sugianto@uinsu.ac.id](mailto:sugianto@uinsu.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, [bode.aries@uinsu.ac.id](mailto:bode.aries@uinsu.ac.id)

**Abstract**

*This study aims to: (1) knowing the application of pottery making in sustainable pottery (2) knowing the application of pottery making in increasing sustainable pottery production (3) the application of sustainable Pottery digital marketing (4) the application of digital marketing in the perspective of Islamic economics. The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach that is by observation, interviews and documentation with 6 sustainable Potters. Facebook Instagram, Google business, and Lestari Pottery implement digital marketing through social media, namely Facebook, Instagram and Google Business. Digital marketing done in sustainable pottery is still weak, especially on Facebook accounts and on Google Business. Sustainable pottery applies digital marketing according to the perspective of Islamic economics, which is associated with this business is well interconnected in improving creative products that are in accordance with the principles that have been in the Al-Qur'an. Based on the results of digital marketing, sustainable pottery is more active on social media, which is used mainly on Facebook and Google business, so that more often upload product photos and videos so that more information is shared faster in promoting sustainable pottery products.*

**Keywords:** *Pottery Making, Creative Products, Digital Marketing, Islamic Economic Perspective.*

**Pendahuluan**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan daerah. Pada masa krisis ekonomi di Indonesia, banyak perusahaan besar yang terkena imbas krisis ekonomi, dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) tidak memiliki investor asing dan tidak menggunakan bahan baku impor, sehingga mampu bertahan dari krisis ekonomi. UMKM saja. Sebaliknya, usaha kecil lebih mengandalkan modal sendiri dan bahan baku lokal. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berusaha untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Munizu, 2010).

Deli Serdang, khususnya di Kecamatan Tanjung Morawa, terdapat masyarakat yang bermata pencaharian sebagai pengrajin tembikar yang dirintis oleh Subur. Beliau seorang pembuat tembikar dari Semarang, Jawa Tengah. Produk pertama yang dibuat di Subur adalah barel, namun seiring berjalannya waktu produk yang dibuat di Tanjung Morawa semakin beragam. Irvan Sembiring, pemilik Sustainable Pottery, mengatakan pada 2014 ada 5 pengrajin gerabah. Namun pada tahun 2015, hanya terdapat 3 pengrajin gerabah di Kecamatan Lestari Tanjung Morawa. Karena sangat kompetitif. Gerabah

Lestari berada di bawah pengelolaan Bapak Irwan Sembiring sejak 17 Juli 2004 dan terus eksis hingga saat ini karena produksi gerabah seperti badan gerabah, kaki gerabah, bibir dan motif gerabah telah dihentikan. Lima pengrajin terlibat dalam tembikar berkelanjutan. Kapasitas produksi Tembikar Lestari mencapai 500 gerabah per bulan. Tembikar yang diproduksi produk datang dalam berbagai ukuran dan jenis, seperti vas bunga dan vas dekoratif.

Masalah keramik lestari terletak pada kelemahan gerabah yang salah satunya terlihat pada desain gerabah yang diyakini pola dekoratifnya masih belum berani memadukannya dengan produk lain. Untuk pembuatan tembikar desainer biasa.

Tabel 1. Data produksi Tembikar berkelanjutan

Tahun Produksi	Jumlah Barang di Produksi	Jumlah SDM
2017-2018	3000 Barang	5
2018-2019	2700 Barang	4
2019-2020	3 025 Barang	12
2020-2021	3 241 Barang	16

Sumber: Wawancara dengan pembuat tembikar profesional.

Tabel di atas menunjukkan produksi tahunan di Tembikar Lestari dari tahun 2017 hingga 2021. Produksi menurun dari 2018 ke 2019. Jumlah barang yang diproduksi pada tahun 2019-2020 meningkat dibandingkan periode sebelumnya. Dari tahun 2020 hingga 2021, seiring bertambahnya sumber daya manusia, semakin banyak barang yang diproduksi. Kualitas barang yang dihasilkan di keramik lestari memungkinkan terciptanya gerabah dalam berbagai bentuk.

Tembikar Berkelanjutan menciptakan strategi pemasaran digital yang menggunakan media digital dan internet untuk mempromosikan tembikar ini. Seiring kemajuan teknologi, tren dalam dunia bisnis semakin beragam. Salah satunya adalah tren pemasaran digital. Tujuan pemasaran digital adalah menjangkau konsumen dan calon pelanggan dengan cepat. Seperti yang kita lihat saat ini, penerimaan teknologi dan Internet di masyarakat begitu luas sehingga tidak mengherankan jika kegiatan pemasaran digital menjadi pilihan terpenting bagi bisnis. Selain itu, untuk keramik berkelanjutan, kami mempromosikan produk kami melalui pemasaran digital seperti Facebook, Instagram, dan jejaring sosial seperti Google Business. Digital marketing yang dilakukan di Tembikar Lestari masih lemah, terutama di akun bisnis Facebook dan Google.

### Landasan Teori

#### Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro atau biasa disebut UKM adalah istilah yang mengacu pada jenis usaha yang didirikan oleh perorangan dengan kekayaan bersih sebesar Rp. 200.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan).

Sesuai dengan Surat Perintah Pelaksana No. RI. 99 dari tahun 1990. Pengertian UKM adalah kegiatan ekonomi rakyat kecil, dimana sektor korporasi merupakan mayoritas kegiatan usaha kecil dan harus dilindungi untuk mencegah terjadinya persaingan tidak sehat.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UKM berarti: bergantung pada volume pekerjaan. Usaha kecil adalah usaha dengan 5 sampai 19 karyawan, dan usaha menengah adalah usaha dengan 20 sampai 99 karyawan.

Definisi menurut UU No. 20 Tahun 2008 tersebut adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro  
Perusahaan manufaktur milik orang perseorangan dan/atau pengusaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam Undang-undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari suatu perusahaan yang baik langsung maupun tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari perusahaan menengah atau besar. Usaha kecil yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha mikro merupakan unit usaha dengan aset terbanyak. Rp 50.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan dengan omzet tahunan sampai dengan Rp 300.000.000).
2. Usaha Kecil  
Usaha kecil diharapkan mampu menyediakan lapangan kerja baru. Jika pertumbuhan lapangan kerja pada sektor usaha besar dan menengah dapat dipertahankan, maka target pengangguran akan mengurangi pengangguran yang tersisa, sekalipun pengembangan kewirausahaan dan pertumbuhan sektor usaha baru dapat terealisasi secara optimal. Hal ini sulit dicapai ketika masyarakat hidup dalam kemiskinan dan pengangguran tinggi, karena ketimpangan dalam pengelolaan sumber daya produktif masih sangat nyata. Aset dari Rp 50.000.000 menjadi Rp 500.000.000. Tidak termasuk tanah dan bangunan dengan omzet usaha tahunan antara Rp 300.000.000 dan Rp 2.500.000.000.
3. Usaha Menengah  
Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau besar. Itu akan terpenuhi. Kekayaan bersih atau omzet tahunan menurut hukum. Usaha menengah adalah perusahaan dengan kekayaan bersih Rp 500.000.000 sampai Rp 100.000.000.000 dan penjualan tahunan Rp 2.500.000.000.000 miliar sampai Rp 50.000.000.000.

### Metode *Pottery Making*

Metode *Pottery Making* merupakan kerajinan yang tak lekang oleh waktu yang sangat mendorong kreativitas dalam membuat gerabah yang indah dan fungsional. Membuat tembikar berarti menghasilkan sesuatu yang dibuat oleh seseorang untuk membuat barang-barang seperti tembikar. Produksi tembikar tetap tidak berubah sejak manusia mulai membuat tembikar ribuan tahun yang lalu selama periode Neolitikum. Keahlian para pembuat gerabah sedikit banyak masih dipengaruhi oleh cara-cara lama yang diwariskan para pendahulunya. Keterampilan yang mereka miliki tidak dididik secara formal, tetapi diwariskan dari generasi ke generasi. Untuk mengajari Anda cara membuat tembikar seperti itu.

Ada beberapa cara untuk membuat tembikar

1. Proses Pengambilan Tanah Liat  
Tanah liat dikumpulkan dengan menggali tanah yang mengandung banyak tanah liat berkualitas baik. Tanah liat yang baik berwarna coklat kemerahan atau putih kecoklatan. Tanah liat yang diekstraksi dikumpulkan di lokasi untuk diproses lebih lanjut.

2. Pengolahan Tanah Liat  
Basahi tanah liat yang terkumpul secara merata dengan air dan biarkan selama 1-2 hari. Setelah itu tanah liat dihancurkan untuk meningkatkan daya rekat dan kekuatannya. Ada dua metode: gerinda manual dan gerinda mesin. Tanah liat diinjak-injak dan digosok dengan tangan hingga menjadi plastis dan halus. Saat menggunakan mesin penggilingan secara mekanis. Hasil terbaik diperoleh dengan penggilingan manual.
3. Proses Pembuatan Tanah Liat  
Setelah melalui proses penggilingan, tanah liat siap dibentuk menjadi bentuk yang diinginkan. Tanah liat dapat dibuat menjadi berbagai bentuk dan pola. Bergantung pada ukuran, bentuk, dan desain tembikar, jumlah tanah liat dan waktu akan berbeda-beda. Pembuat tembikar menggunakan kedua tangannya untuk membentuk tanah liat dan kedua kakinya untuk memintal parbot, pentungan, batu besar, dan potongan-potongan kecil kain. Air juga sangat diperlukan untuk cetakan tembikar yang tepat.
4. Proses Pengeringan Tembikar  
Lanjutkan pengeringan setelah bentuk akhir terbentuk. Sebelum tembikar yang agak mengeras dijemur, diratakan dengan air dan kain lap kecil dan diolah dengan batu api. Kemudian dijemur di bawah sinar matahari sampai benar-benar kering. Waktu pengeringan tergantung pada cuaca dan panas matahari.
5. Proses Pembakaran Tembikar  
Setelah tembikar mengeras dan benar-benar kering, saatnya mengumpulkan banyak tembikar di satu tempat atau menunggu pembakaran. Potongan keramik tersebut kemudian dibakar selama beberapa jam hingga menjadi sangat keras dan pecah. Jerami kering, daun kepala kering atau kayu bakar digunakan sebagai bahan bakar untuk pembakaran (Fatimah, 2016).

### **Pemasaran Digital**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan, perkembangan dan keuntungannya. Proses pemasaran dimulai jauh sebelum produksi suatu produk dan tidak berakhir dengan penjualan. Upaya pemasaran perusahaan juga harus memuaskan jika konsumen ingin bertahan dalam bisnis atau membantu konsumen memahami perusahaan dengan lebih baik.

Pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan program yang ditujukan untuk berinteraksi dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Ketika perusahaan mulai memahami bahwa pemasaran adalah faktor kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis, mereka menyadari bahwa metode dan filosofi baru terkait dengannya. Metode dan filosofi baru ini disebut "Konsep Pemasaran". Sebagai filosofi bisnis, konsep pemasaran bertujuan untuk memenuhi keinginan konsumen dan memenuhi kebutuhannya. Ini adalah perubahan radikal dari filosofi bisnis sebelumnya, yang berfokus pada produk dan penjualan.

### **Perspektif Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam dalam bahasa Arab bisa disebut al-iqtishad alislami. Dalam bahasa Al-Iktishad berasal dari kata al-Kashdu. Artinya rata-rata dan adil. Al-Qur'an memiliki banyak makna antara dan adil, termasuk "dan permudah langkahmu".

وَلَوْ أَنَّهُمْ أَقَامُوا التَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ وَمَا أَنْزَلْنَا إِلَيْهِمْ مِنَ رَّبِّهِمْ لَأَكَلُوا مِنْ فَوْقِهِمْ وَمِنْ تَحْتِ أَرْجُلِهِمْ مِنْهُمْ أُمَّةٌ مُقْتَصِدَةٌ  
وَكَثِيرٌ مِنْهُمْ سَاءٌ مَا يَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan sekiranya mereka sungguh-sungguh menjalankan (hukum) Taurat, Injil dan (Al-Qur'an) yang diturunkan kepada mereka dari Tuhannya, niscaya mereka akan mendapat makanan dari atas mereka dan dari bawah kaki mereka. Di antara mereka ada sekelompok yang jujur dan taat. Dan banyak di antara mereka sangat buruk apa yang mereka kerjakan". (Q.S. Al-Maidah : 66 )

Ayat ini menjelaskan bahwa "ada golongan menengah di antara mereka", yaitu orang yang jujur, sopan, dan saleh. Menurut Prof. Dr. Zainuddin Ali, ekonomi Islam adalah seperangkat norma hukum yang bersumber dari Al Quran dan hadits yang mengatur perekonomian umat manusia. Menurut Dr. Mardani, ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang berlandaskan Al-Qur'an dan sunnah/al-hadits (Mifka, 2011).

Ekonomi Islam adalah istilah untuk sistem ekonomi yang dibangun atas dasar dan tatanan Al-Qur'an dan As-Sunnah dan dibangun untuk tujuan maslach (keuntungan) bagi umat manusia. Konsep dan prinsip ekonomi Islam tidak tergoyahkan. Namun dalam praktiknya, beberapa situasi dan kondisi bersifat fleksibel dan bahkan dapat berubah. Produksi berarti tidak hanya menciptakan sesuatu yang tidak ada secara fisik, tetapi juga menyediakan produk yang diproduksi sebagai hasil dari banyak operasi produksi. Tujuan kebahagiaan dunia dan akhirat dalam produksi dikaitkan terutama dengan maqasid asy-syariah sebagai prinsip produksi. Kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam agar tidak bertentangan dengan agama, jiwa, ruh, asal usul dan perlindungan harta benda dalam produksi barang/jasa. tahsiniat, kegiatan produksi harus memperhatikan keadilan, aspek sosial, zakat, sedekah, infak dan wakaf, mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak memboroskan, tidak berlebihan, tidak merusak lingkungan, keuntungan harus dibagi secara adil antara pemilik dan pengelola, manajemen dan para karyawan. Produksi tidak terlepas dari faktor-faktor seperti faktor alam/lahan, faktor tenaga kerja, faktor permodalan (capital), faktor manajemen, teknologi dan bahan baku sebagai alat produksi (Tumudi, 2017).

Islam adalah ajaran universal dan tidak hanya berbicara tentang ibadah yang tegak lurus dengan Allah SWT. Tetapi juga berbicara tentang semua aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Ekonomi yang dibangun di atas dasar dan perintah Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad. kemudian dikenal dengan ekonomi Islam (Zaki, 2009)

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mencoba menganalisis kehidupan sosial seseorang, atau jenis penelitian sejarah.

Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data di lingkungan alam untuk tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi di tempat, yang merupakan alat penelitian utama. Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan untuk pemahaman yang mendetail tentang masalah-masalah kehidupan sosial yang nyata atau alamiah (Angio dan Setiawan, 2018).

Penelitian ini dilaksanakan di Tembikar Lestari Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang yang beralamat di Desa Bangun Sari Dusun VIII, Gg Darmo. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah hanya berfokus pada enam pembuat tembikar, termasuk pemilik toko tembikar berkelanjutan Irvan Sembiring. Objek dalam penelitian ini adalah Pottery Making dan pemasaran digital pada UMKM Tembikar Lestari Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang. Sumber data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun yang menjadi teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut: *Observasi* (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*). Serta bentuk pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu triangulasi berdasarkan sumber dan triangulasi dengan metode.

### Hasil Dan Pembahasan

#### Penerapan *Pottery Making* Pada Tembikar Lestari

1. Proses penggalian bahan baku yang digunakan pada Tembikar Lestari seperti pembuatan Tembikar pada umumnya yaitu tanah merah, tanah hitam, dan pasir. Tanah merah dan tanah hitam biasanya pemilik Tembikar Lestari membeli tanahnya di Stabat dan digalidandiambil dari kebun pemilik tanah tersebut. Menurut para pengrajin di Tembikar Lestari tanah yang dibeli dari stabat memiliki tekstur yang plastis untuk diuleti sehingga pada saat proses pembentukan Tembikar akan lebih mudah dan hasilnya tidak mudah retak saat selesai dibakar. Tanah yang plastis ini memiliki tekstur yang lengket dan warna coklat yang kemerah-merahan. Untuk mendapatkan hasil Tembikar dengan kualitas tidak mudah retak dan tanah perlu diolah melalui beberapa tahap.
2. Proses pencampuran bahan baku yang dilakukan di Tembikar Lestari yaitu tanah liat, dan menggunakan 3 bahan tanah yaitu tanah hitam, tanah merah, dan pasir. Menurut Bapak Rudin untuk mendapatkan hasil Tembikar yang bagus dan tidak mudah retak saat proses pembakaran, tanah liat yang dipakai harus plastis, ciri-ciri tanah liat yang plastis yaitu memiliki tekstur yang lengket, tanah merah yang dibeli dari stabat memiliki tekstur tanah yang lengket, sehingga pada saat dibasahi dan lumatkan tanah liat ini mudah untuk dibentuk. Selajutnya untuk mendapatkan lempung yang bagus dan tidak mudah retak yaitu dengan menyaring tanah liat dan kemudian menumbuknya hingga benar-benar halus sambil diberi air secukupnya untuk membantu menglembutkan gumpalan tanah, supaya mendapatkan hasil Tembikar yang bagus dan tidak mudah retak.
3. Proses pembentukan Tembikar yang dilakukan di Tembikar Lestari yaitu menggunakan tangan dengan membulat-bulatkan adonan kemudian diberi ruang dan beberapa pengrajin juga menggunakan teknik alat dan teknik pilin yaitu dengan membuat bentuk seperti tali yang kemudian ditumpuk hingga membentuk suatu ruang dengan tangan dan ditekan-tekan lalu dibentuk sesuai dengan bentuk yang diinginkan. Setelah terbentuk kemudian Tembikar dirapihkan dengan cara teknik alat yang sudah disediakan, untuk merapihkan bagian luarnya supaya menghasilkan produk Tembikar yang bagus.
4. Proses penjemuran yang dilakukan di Tembikar Lestari ialah Setelah terbentuk kemudian Tembikar yang masih basah ini dijemur hingga kering dan siap untuk



dilakukan proses penjemuran. Proses penjemuran Tembikar yang dilakukan di Tembikar Lestari ini masih sangat sederhana yaitu menggunakan cahaya matahari atau dijemur di bawah sinar matahari. Sehingga cuaca mempengaruhi lama tidaknya proses penjemuran, biasanya jika cuaca cerah dan panas Tembikar ini dijemur 1 sampai 3 hari, sedangkan jika cuaca mendung penjemuran Tembikar bisa 5 sampai 7 hari, supaya menghasilkan produk Tembikar yang tidak mudah retak.

5. Proses pembakaran Tembikar yang dilakukan di Tembikar Lestari ini masih sederhana yaitu dilakukan dalam terbuka. Secara bersama-sama Tembikar kering milik para pengrajin diletakkan di tanah dan disusun, kemudian ditutupi dengan abu lalu ditumpuk dengan jerami, daun kering dan kayu bakar untuk dibakar secara bersamaan. Proses pembakaran Tembikar di Tembikar Lestari biasanya 8 jam dengan kebesaran api yang sama agar mempertahankan suhu yang sama sehingga membuat hasil Tembikar yang di hasilkan sempurna dan warnanya merata.

### Peningkatan Produksi Pada Tembikar Lestari

Keramik Lestari Peningkatan produksi dari tahun 2020 hingga 2021 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Peningkatan Produksi Tembikar Tahun 2020-2021

No	Nama Pengrajin	Nama Produk	Produksi Tahun 2020	Produksi Tahun 2021
1	Akhdan (Bagian Penggalan Bahan Baku)	Guci	320 Produk	480 Produk
2	Rudin (Bagian Pencampuran Bahan Baku)	Wajan	200 Produk	280 Produk
3	Fauzi (Bagian Pembentukan Tembikar)	Pot Tanam	530 Produk	850 Produk
4	Nadi (Bagian Penjemuran Tembikar)	Bak Air	180 Produk	250 Produk
5	Sugiono (Bagian Pembakaran Tembikar)	Panci	90 Produk	150 Produk

Sumber : Laporan Produksi Pada Tembikar Lestari 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Tembikar Lestari mengalami peningkatan produksi 5 orang pengrajin, dan peningkatan produksi tersebut lebih tinggi dari peningkatan tahun sebelumnya.

### Pemasaran Digital Pada Tembikar Lestari

#### 1. Facebook

Facebook merupakan media periklanan yang digunakan oleh Tembikar Lestari untuk mempromosikan produknya melalui media sosial. Menurut gerabah lestari,

Facebook Media bisa sangat membantu mendongkrak penjualan dan bisa meningkatkan kreatifitas produk bagi UMKM gerabah lestari serta sangat mudah digunakan untuk mempromosikan produknya dengan biaya minimal. Keramik Lestari menggunakan facebook sebagai media iklan karena facebook sangat friendly dan banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat.

## 2. Instagram

Instagram juga merupakan salah satu media promosi yang digunakan oleh keramik lestari untuk meningkatkan produk kreatif UMKM keramik lestari. Instagram juga merupakan salah satu jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran digital. Melalui Instagram, Sustainable Pottery mempromosikan produknya dengan mengunggah foto dan video pendek agar konsumen dapat melihat jenis-jenis produk gerabah berkelanjutan.

## 3. Google Bisnis

Bisnis Google ini merupakan media periklanan yang digunakan Tembikar Lestari untuk memperluas sajian kreatif di UMKM Tembikar Lestari. Pottery Lestari menggunakan Google Business untuk mempromosikan produknya.

Tabel 3. Tabel Peningkatan Produksi Pemasaran Digital Tahun 2018-2021

Tahun	Peningkatan Produksi Pemasaran Digital	Growth (%)
2018	930 Produk	-
2019	1.450 Produk	55,91
2020	1.970 Produk	35,86
2021	2.230 Produk	13,19

Sumber: Laporan Peningkatan Produksi Tembikar Lestari 2021

Berdasarkan data di atas, hasil pemasaran digital Tembikar Lestari selalu meningkat dari tahun 2018 hingga 2021, namun jika dilihat dari pertumbuhan volume dari tahun 2018 hingga 2021, tingkat pertumbuhannya menurun. Sedangkan untuk data total produksi pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 13,19%. Dari data di atas terlihat bahwa pertumbuhan produksi lebih besar dibandingkan dengan pertumbuhan produksi.

## Digital Marketing Untuk Meningkatkan Produk Kreatif Tembikar Lestari dari Perspektif Ekonomi Islam.

Dalam menjalankan usaha ini, pengrajin gerabah lestari tidak hanya mencari keuntungan duniawi, tetapi juga ridha Allah SWT.

Tembikar Lestari Prinsip yang akan diterapkan untuk mempromosikan produk adalah memperbanyak produk kreatif yang sejalan dengan sudut pandang ekonomi Islam.

1. Etis (Ahlakiya)
2. Realistis (Al-Waqiyah)
3. Humanistik (Insaniyyah)
4. Perilaku jujur dalam bisnis (al-adl)

## Kesimpulan Dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai produk kreatif bidang kriya pada Tembikar lestari yang beralamat di Di desa Bangun Sari Dusun VIII,



Gg Darmo, Kecamatan Tanjung Morawa Deli Serdang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Bertanggung jawab atas peningkatan produk kreatif 6 pengrajin yang rajin dan giat untuk meningkatkan UMKM gerabah lestari, Kabupaten Tanjung Morawa, gerabah lestari Deli Serdang. Lestari Ceramics berkontribusi terhadap peningkatan UMKM dengan mengadopsi proses produksi gerabah, meliputi proses ekstraksi bahan baku, proses pencampuran bahan baku, proses pembentukan, proses pengeringan dan proses pembakaran. Tembikar Lestari adalah pemasar digital dan mempromosikan produknya melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Google Business. Dari ketiganya, Instagram konsisten aktif, sedangkan Facebook dan Google Business kurang aktif. Penerapan digital marketing yang dipimpin oleh Tembikar Lestari ini sejalan dengan digital marketing dari sudut pandang ekonomi Islam. Misalnya produk yang dipromosikan atau dijual memiliki kualitas yang baik, halal, memiliki dimensi yang jelas dan tidak rusak.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut: Pengrajin Tembikar Lestari lebih kreatif dalam proses penciptaan produk dan desain produk yang ada di Pottery Lestari, serta memodifikasi produk Pottery Lestari yang sudah ada untuk menghasilkan produk gerabah yang unggul dan meningkatkan produktivitas, serta harus berpengalaman dalam kombinasi. Keramik tahan untuk produk UMKM. Tembikar Lestari lebih aktif di social media khususnya Facebook dan Google Business, lebih sering upload foto produk dan video produk untuk lebih cepat membagikan informasi promosi produk di Tembikar Lestari. Kami akan terus mengintensifkan kegiatan kami untuk meningkatkan jumlah UMKM gerabah yang berkelanjutan. Pemasaran digital yang dilakukan di Tembikar Lestari selalu menjunjung tinggi nilai-nilai pemasaran Syariah dan menghindari berbagai macam hal buruk dan terlarang seperti merugikan dan penipuan, untuk memastikan konsumen yang diiklankan memastikannya berjalan dengan baik dan lancar. Memiliki kesempatan untuk meningkatkan produk UMKM Tembikar Lestari.

### Daftar Pustaka

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Fatimah, Y. F. (2016). Studi Industri Kerajinan Gerabah Kasongan di Desa Bangunjiwo Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul. *Geo Educasia*, 1(1).
- Mifka, S. A. (2011). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia/Mardani*.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 33-41.
- Turmudi, M. (2017). Produksi dalam perspektif ekonomi Islam. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 37-56.
- Zaki, F. C. (2009). *Pemerataan Distribusi Kekayaan Alam Ekonomi Islam*. Banda Aceh: Erlangga.