

ANALISIS PELUANG BISNIS PADA INOVASI PRODUK EDUKASI FLASHCARD HUKUM BACAAN TAJWID

Kistanti¹, Ahmad Makhasin Ma'arif², Lathifatus Sa Diyyah³, Rosalina⁴,
Ferida Rahmawati⁵

Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

kistanti24012@mhs.uingusdur.ac.id¹,

ahmad.makhasin.maarif24019@mhs.uingusdur.ac.id²,

lathifatus.sa.diyah24038@mhs.uingusdur.ac.id³,

rosalina24039@mhs.uingusdur.ac.id⁴, ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id⁵

ABSTRACT

Textbook-based Tajweed learning often leaves students bored and struggling to understand the material. This study aims to examine the effectiveness of flashcards in improving students' understanding of Tajweed reading rules at TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, as well as to explore business opportunities from this educational product innovation. The method used is a qualitative description involving 10 students as research subjects. Data collection was carried out through participatory observation, field notes, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman model. The research findings indicate that Tajweed flashcards can accelerate the memorization process, support independent learning, and increase student confidence through visual elements such as color and symbols. From a business perspective, this product shows good market potential among Islamic educational institutions and parents due to its practical, attractive design and strong physical durability. Thus, the innovation of Tajweed flashcards has proven effective as an interactive learning medium and offers attractive business opportunities in the Islamic education sector.

Keywords: Tajweed Flashcards, Business Opportunities, Learning Media

ABSTRAK

Pembelajaran tajwid yang berbasis buku sering kali membuat siswa merasa bosan dan kesulitan dalam memahami materi. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa efektif pemanfaatan media flashcard dalam meningkatkan pemahaman hukum bacaan tajwid siswa di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, serta menggali peluang bisnis dari inovasi produk pendidikan ini. Metode yang digunakan berupa deskripsi kualitatif dengan melibatkan 10 siswa sebagai objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, pencatatan lapangan, dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Temuan penelitian menunjukkan bahwa flashcard tajwid dapat mempercepat proses hafalan, mendukung pembelajaran mandiri, dan meningkatkan kepercayaan diri siswa melalui elemen visual seperti warna dan simbol. Dari sisi bisnis, produk ini menunjukkan potensi pasar yang baik di kalangan lembaga pendidikan Islam dan orang tua karena desain yang praktis, menarik, dan memiliki daya tahan fisik yang kuat. Dengan demikian, inovasi flashcard tajwid terbukti efektif sebagai media

pembelajaran interaktif serta memiliki kesempatan usaha yang menarik di sektor pendidikan Islam.

Kata Kunci: Flashcard Tajwid, Peluang Bisnis, Media Pembelajaran

A. Pendahuluan

Belajar tajwid adalah hal yang sangat penting dalam pendidikan Al-Qur'an karena membantu siswa membaca Al-Qur'an dengan cara yang benar sesuai aturan yang ada. Pemahaman yang baik tentang hukum tajwid akan memengaruhi kualitas bacaan Al-Qur'an siswa, baik dari segi makhraj maupun aturan bacanya. Namun, dalam kenyataannya, masih banyak siswa yang kesulitan memahami materi tajwid karena cara belajar yang digunakan cenderung membosankan dan kurang menarik. Keadaan ini membuat siswa cepat merasa jenuh, sehingga minat dan semangat mereka untuk belajar berkurang.

Perkembangan media pembelajaran saat ini mengharuskan para pendidik untuk lebih kreatif dalam membuat suasana belajar yang menarik dan interaktif. Media pembelajaran yang menggunakan gambar dinilai bisa membantu siswa memahami pelajaran dengan lebih mudah. Ini karena media tersebut

melibatkan gambar, warna, dan simbol yang menarik perhatian siswa. Menurut (Azhar, 2020), penggunaan media pembelajaran yang bersifat visual dapat menarik perhatian dan membuat penyampaian materi menjadi lebih jelas, sehingga proses belajar menjadi lebih efektif. Selain itu, penggunaan media pembelajaran yang baru dan kreatif juga bisa meningkatkan semangat belajar siswa dan membuat suasana belajar menjadi lebih menarik dan tidak membosankan (Yaumi, 2018).

Setelah mengamati di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kaje, terlihat bahwa beberapa siswa masih kesulitan memahami aturan bacaan tajwid. Pembelajaran yang terlalu mengandalkan buku panduan membuat siswa kurang terlibat dan cepat merasa jenuh selama proses belajar. Beberapa siswa masih merasa kurang percaya diri ketika diminta untuk membaca Al-Qur'an di depan kelas karena mereka belum memahami hukum tajwid dengan baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa kita

perlu menciptakan media pembelajaran yang lebih menarik, praktis, dan mudah dimengerti oleh siswa.

Salah satu alat belajar yang bisa dipakai adalah kartu flashcard untuk membaca tajwid. Flashcard adalah alat visual yang menggabungkan tulisan, warna, simbol, dan contoh bacaan, sehingga dapat membantu siswa memahami materi dengan lebih mudah dan interaktif. Selain berfungsi sebagai alat belajar, flashcard tajwid juga menawarkan peluang usaha yang bagus. Hal ini disebabkan oleh peningkatan permintaan akan media pembelajaran Islam yang kreatif dan praktis, terutama di kalangan TPQ, madrasah, dan sekolah Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan media flashcard dapat membantu siswa di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen dalam memahami hukum bacaan tajwid. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis peluang usaha dari inovasi produk edukasi tersebut. Penelitian ini berlandaskan pada anggapan bahwa memakai media flashcard tajwid bisa meningkatkan minat belajar, motivasi, dan pemahaman siswa mengenai hukum bacaan Al-Qur'an jika

dibandingkan dengan metode pembelajaran biasa.

B. Metode Penelitian

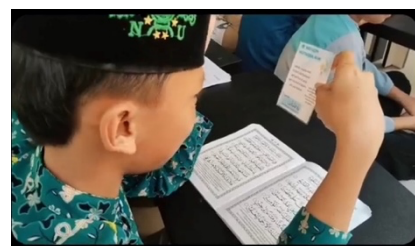
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis peluang bisnis pada inovasi media edukasi flashcard hukum bacaan tajwid di TPQ An Nur Kajen. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mengetahui secara mendalam minat, kebutuhan, serta ketertarikan siswa terhadap penggunaan flashcard sebagai media pembelajaran tajwid sekaligus melihat potensinya sebagai produk edukasi berbasis bisnis. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap siswa saat menggunakan flashcard hukum bacaan tajwid dalam proses pembelajaran. Observasi dilakukan dengan memperhatikan respons siswa, tingkat antusiasme, kemudahan memahami materi, serta daya tarik desain dan penggunaan media pembelajaran tersebut. Selain itu, data pendukung diperoleh dari dokumentasi kegiatan dan catatan lapangan selama penelitian berlangsung. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan secara

mendalam. Teknik pengumpulan data difokuskan pada observasi partisipatif guna memperoleh informasi mengenai efektivitas penggunaan media, minat siswa, serta peluang pengembangan produk sebagai inovasi bisnis di bidang edukasi Islami. Subjek penelitian terdiri dari 10 siswa TPQ An Nur Kajen yang sedang mempelajari hukum bacaan tajwid. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive berdasarkan keterlibatan siswa dalam penggunaan media flashcard selama kegiatan pembelajaran berlangsung. Data hasil penelitian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga diperoleh gambaran mengenai peluang bisnis dari inovasi produk edukasi flashcard hukum bacaan tajwid.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis Peluang Bisnis pada Inovasi Produk Edukasi Flashcard Hukum Bacaan Tajwid

Berdasarkan observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, menunjukkan bahwa murid lebih cepat menghafal hukum bacaan tajwid setelah menggunakan flashcard

dibandingkan hanya membaca buku teks. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irada & Setiawan mereka menjelaskan bahwa penggunaan media flashcard dapat memberikan dampak positif bagi hasil belajar siswa dalam pelajaran ilmu tajwid. Media visual seperti kartu flash dapat meningkatkan perhatian dan motivasi belajar, serta membantu siswa mengingat materi pelajaran dengan lebih cepat. Hal ini terjadi karena cara penyampaian materi dilakukan dengan cara yang menarik dan interaktif (Irada & Setiawan, 2024). Selain itu, dalam buku Media Pembelajaran dijelaskan bahwa media visual bisa membantu menjelaskan materi dengan lebih baik, sehingga proses belajar jadi lebih efektif dan tidak membosankan (Azhar, 2020).



Gambar 1 Murid sedang memahami hukum bacaan tajwid melalui flashcard

Berdasarkan observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen,

murid mengatakan bahwa gambar dan panah di kartu membantu mereka mengerti cara membaca tajwid dengan benar.

Ini menunjukkan bahwa memakai simbol visual di media pembelajaran bisa membantu siswa lebih mudah memahami materi yang bersifat praktik, terutama dalam membaca hukum-hukum bacaan tajwid Al-Qur'an. Bagan dan tanda panah membantu siswa memahami langkah-langkah membaca tajwid dengan lebih jelas. Misalnya, ini mencakup informasi tentang panjang dan pendeknya bacaan, bunyi dengung, serta cara melafalkan huruf-huruf tertentu. Dengan adanya panduan visual itu, siswa dapat lebih mudah mengenali setiap aturan bacaan tajwid tanpa harus selalu mengingat penjelasan dari guru. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurrita yang menjelaskan bahwa membuat proses belajar menjadi lebih aktif dan membantu siswa lebih mudah mengingat materi yang sudah dipelajari (Nurrita, 2018).

Berdasarkan observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, murid lebih memilih belajar tajwid menggunakan kartu fisik dibandingkan aplikasi di HP. Media

visual seperti flashcard dapat membantu siswa memahami pelajaran dengan lebih baik karena informasi disampaikan dengan cara yang singkat, menarik, dan mudah diingat. Membuat media pembelajaran yang kreatif juga membuat suasana belajar jadi lebih efektif dan tidak membosankan, sehingga siswa lebih termotivasi untuk belajar baik sendiri maupun bersama guru. Hal ini sejalan dengan penelitian Yaumi yang menjelaskan bahwa inovasi dalam media pembelajaran harus terus ditingkatkan agar sesuai dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan siswa di zaman modern (NURDYANSYAH, 2019). Pendapat ini diperkuat dengan penjelasan dalam buku MEDIA PEMBELAJARAN DI ERA DIGITAL yang ditulis oleh Cecep Kustandi dan Daddy Darmawan yang menjelaskan bahwa media pembelajaran di zaman digital harus bisa mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan siswa. Tujuannya adalah agar proses belajar mengajar menjadi lebih interaktif, menarik, dan efektif (Kustandi, 2020).

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, juga menunjukkan bahwa beberapa murid lebih menyukai kartu

fisik daripada aplikasi digital karena kartu bisa dipegang langsung, mudah dibalik-balik, dan membantu mereka lebih berkonsentrasi saat belajar. Tapi, ada juga siswa yang lebih suka menggunakan media digital karena dianggap lebih mudah dan terkini. Karena itu, menggabungkan media fisik dan teknologi digital bisa menjadi cara yang bagus untuk mengembangkan produk flashcard tajwid. Selain berguna di dunia pendidikan, produk inovasi edukasi berupa flashcard tajwid juga memiliki peluang bisnis yang cukup besar. Hal ini didasarkan pada semakin tingginya kebutuhan akan media pembelajaran Islam yang kreatif dan praktis di TPQ, madrasah, dan sekolah Islam. Produk ini bisa dijual melalui media sosial, toko alat tulis, koperasi sekolah, atau marketplace. Target konsumen dari produk ini adalah guru mengaji, orang tua, dan lembaga pendidikan Al-Qur'an.

Potensi Serapan Pasar Berdasarkan Profil dan Kebiasaan Konsumen



Gambar 2 Murid yang menghafal hukum bacaan tajwid melalui perbedaan warna flashcard

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, murid menyatakan bahwa warna dan desain pada flashcard membantu dalam mengingat perbedaan antara satu hukum bacaan dengan hukum bacaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa desain visual produk memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman belajar pengguna.

Temuan ini didukung oleh penelitian Mufreni yang menjelaskan bahwa desain produk dan kemasan yang menarik berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen, karena tampilan visual menjadi salah satu aspek pertama yang dinilai oleh konsumen sebelum menggunakan suatu produk (Mufreni, 2016). Dengan demikian, penggunaan warna dan desain pada flashcard tajwid dapat

menjadi faktor yang mendukung penerimaan produk di pasar, khususnya pada segmen pelajar yang cenderung menyukai media belajar yang menarik secara visual (Tanuli, 2019).

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kaje, murid menyatakan bahwa mereka merasa mampu menjelaskan kembali cara membaca tajwid kepada teman dengan bantuan informasi yang



ada pada flashcard.

Gambar 3 Murid yang sedang menjelaskan hukum bacaan tajwid kepada temannya

Temuan ini menunjukkan bahwa produk tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu belajar, tetapi juga memberikan manfaat edukatif yang meningkatkan pemahaman pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian Putra yang menjelaskan bahwa desain dan kualitas produk yang mampu memberikan manfaat nyata kepada pengguna akan meningkatkan minat penggunaan serta memperbesar peluang penerimaan pasar, karena konsumen

cenderung memilih produk yang memberikan fungsi praktis dan kemudahan dalam aktivitas mereka (Putra, 2020).

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kaje, murid menyatakan bahwa ilustrasi, warna, dan bentuk kartu merupakan bagian yang pertama kali menarik perhatian apabila produk dipajang di koperasi sekolah atau toko buku. Hasil ini menunjukkan bahwa unsur visual produk memiliki pengaruh terhadap daya tarik awal konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Riyanto et al. yang menjelaskan bahwa desain kemasan dan visual produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, karena elemen visual mampu menciptakan kesan pertama yang dapat mendorong ketertarikan konsumen terhadap suatu produk (Riyanto et al., 1945).

Analisis terhadap profil dan kebiasaan konsumen menjadi penting karena perilaku konsumen berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, frekuensi konsumsi, serta loyalitas terhadap produk tertentu. Profil konsumen umumnya dapat dilihat dari aspek usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan gaya

hidup, sedangkan kebiasaan konsumen mencakup pola konsumsi, waktu pembelian, pertimbangan dalam membeli, serta intensitas penggunaan produk (Yannesa, Huda, 2025). Kebiasaan konsumen, khususnya pelajar, yang cenderung menyukai media pembelajaran yang sederhana, mudah dipahami, dan menarik secara visual menjadi peluang besar bagi flashcard tajwid untuk diterima di pasar.

Keunggulan Inovasi Produk dan Daya Tarik Visual

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, mayoritas murid mudah mempraktikkan bunyi tajwid setelah melihat instruksi pada kartu. Hasil ini menunjukkan bahwa flashcard tajwid mampu membantu siswa dalam praktik langsung ketika membaca Al-Qur'an, terutama pada hukum bacaan seperti ghunnah, ikhfa', dan idgham yang membutuhkan ketepatan bunyi. Warna, simbol, serta instruksi singkat pada kartu membantu siswa menghubungkan teori tajwid dengan praktik membaca secara nyata. Media visual yang menarik dapat meningkatkan perhatian dan daya ingat siswa terhadap materi pembelajaran sehingga proses belajar

menjadi lebih efektif (Nurrita, 2018). Dengan demikian, flashcard tajwid tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu hafalan, tetapi juga sebagai media praktik yang membantu siswa menerapkan hukum bacaan secara lebih mudah. Selain itu, penggunaan flashcard tajwid juga menciptakan suasana belajar yang lebih aktif dan menyenangkan. Oemar Hamalik menjelaskan bahwa media pembelajaran dapat membangkitkan motivasi belajar dan mendorong keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran (Hamalik, 2004). Dalam konteks pembelajaran tajwid, siswa menjadi lebih tertarik untuk mencoba membaca Al-Qur'an karena media yang digunakan tidak monoton seperti metode ceramah biasa. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Talizaro Tafonao yang menyebutkan bahwa media pembelajaran visual mampu meningkatkan minat dan partisipasi belajar peserta didik karena materi lebih mudah dipahami melalui gambar dan simbol visual (Tafonao, 2018).

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, sebagian besar siswa menjawab bahwa flashcard tajwid membantu mereka menemukan

kembali hukum bacaan yang lupa tanpa harus selalu bertanya kepada guru. Temuan ini menunjukkan bahwa media flashcard mampu mendukung pembelajaran mandiri siswa. Siswa dapat belajar secara fleksibel dengan melihat kembali kartu yang berisi contoh hukum bacaan, warna tertentu, dan penjelasan singkat mengenai cara membaca. Pembelajaran mandiri penting untuk membangun tanggung jawab belajar siswa sehingga mereka tidak sepenuhnya bergantung kepada guru dalam memahami materi (Tafsir, 2008). Secara kritis, hasil tersebut menunjukkan bahwa flashcard tajwid berfungsi sebagai media penguatan memori belajar. Pengulangan visual melalui kartu membantu siswa mengingat kembali materi yang telah dipelajari. Dalam teori media pembelajaran, penggunaan kombinasi warna, teks singkat, dan simbol visual dapat mempercepat proses penyimpanan informasi dalam memori jangka panjang siswa (Azhar, 2020). Oleh karena itu, siswa lebih mudah menemukan jawaban secara mandiri ketika mengalami kesulitan saat membaca Al-Qur'an. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Nurrita yang menyatakan bahwa media pembelajaran yang

menarik dapat meningkatkan efektivitas belajar dan membantu siswa mencapai hasil belajar yang lebih baik (Nurrita, 2018).

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajan, menunjukkan beberapa siswa memiliki rasa percaya diri saat membaca Al-Qur'an atau menjawab pertanyaan tajwid di depan kelas dan sebagian lagi tidak. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan flashcard tajwid mampu meningkatkan rasa percaya diri sebagian siswa karena mereka merasa lebih memahami materi dan lebih siap ketika diminta membaca di depan kelas. Pemahaman yang baik terhadap hukum tajwid membuat siswa merasa lebih yakin dalam melafalkan bacaan Al-Qur'an secara benar. Namun demikian, adanya beberapa jawaban "tidak" menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan diri siswa tidak hanya dipengaruhi oleh media pembelajaran, tetapi juga oleh faktor psikologis dan kemampuan individu. Sebagian siswa masih merasa gugup atau takut melakukan kesalahan ketika membaca di depan kelas sehingga tetap membutuhkan pendampingan dan motivasi dari guru. Dalam proses

pembelajaran, guru tetap memiliki peran penting sebagai pembimbing yang memberikan arahan, koreksi bacaan, serta dukungan emosional kepada siswa (Hamalik, 2004)

Strategi Tempat Pemasaran, Kelayakan Harga, dan Keberlanjutan

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kaje, semua murid menunjukkan respon positif terhadap aspek fisik dari kartu pembelajaran yang telah dilaminasi (dengan permukaan mengkilap), ketebalan dan bahan yang digunakan sudah baik, tanpa adanya rekomendasi untuk perbaikan dari murid.



Gambar 4 Semua murid sangat antusias dalam menggunakan flashcard hukum bacaan tajwid

Dalam hubungan dengan pemasaran dan pengembangan produk, ketahanan bahan serta daya tarik visual (seperti kilau dari laminasi) menjadi bagian dari ketahanan dan estetika yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas

suatu media pembelajaran. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani yang menegaskan bahwa kualitas produk memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, di mana pemenuhan terhadap spesifikasi yang dapat diandalkan akan menciptakan kesan baik sejak awal penggunaannya (Cahyani, 2016). Urgensi pengembangan produk hukum bacaan tajwid tidak hanya berhenti pada aspek kualitas fisik flashcard hukum tajwid saja, tetapi juga harus diimbangi dengan strategi pemasaran produk agar produk dapat diakses secara luas oleh target pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Titik Sri Mardiasih yang menyatakan bahwa variabel lokasi terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dari konsumen (Mardiasih, 2019). Maka dari itu, saat mendirikan bisnis produk inovasi edukasi ini, manajemen perlu memperhatikan aksesibilitas yang dekat dengan sasaran pasar seperti institusi pendidikan, TPQ, dan komunitas muslim serta memastikan kelancaran arus lalu lintas bagi para konsumen.

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kaje, reaksi peserta terhadap kartu ini sebagai alat pembelajaran mandiri di rumah menunjukkan bahwa produk ini dianggap sangat penting untuk dimiliki, sebab dinilai efektif dalam mempermudah proses belajar tanpa perlu selalu tergantung pada keberadaan guru. Hal ini sejalan dengan penelitian Hignasari yang menyatakan bahwa untuk merancang proses belajar yang menarik dan efektif, pemilihan media pembelajaran yang tepat sangat penting guna menciptakan pengalaman belajar yang berarti bagi anak-anak (Hignasari, 2021). Ketika proses belajar dapat dilakukan secara mandiri di rumah, media visual semacam ini terbukti membantu mengatasi kebosanan serta mendukung pemahaman konsep dengan cara yang logis. Hal tersebut berpengaruh dalam hal kelayakan harga, dimana penetapan harga jual untuk flashcard hukum bacaan tajwid harus dilakukan dengan teliti agar tetap bersaing namun juga menciptakan margin keuntungan yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arief Adi Satria pada Usaha A-36 menunjukkan

bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen (Satria, 2017). Sehingga untuk menarik perhatian konsumen tersebut, bisnis bisa menerapkan strategi manajerial yang berkaitan dengan keterjangkauan harga yang sepadan dengan manfaat edukasi yang disediakan.

Berdasarkan hasil observasi di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kaje, sebagian murid menyarankan penambahan fitur di masa mendatang seperti pemindai suara barcode atau ukuran lebih kecil (ukuran saku) dan sebagian murid lainnya sudah merasa cukup dengan flashcard hukum bacaan tajwid saat ini dan tidak perlu penambahan apapun. Murid yang menyarankan tambahan fitur barcode suara dan ukuran saku menandakan adanya permintaan untuk menggabungkan teknologi interaktif dan kelincahan produk. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Amaliyah dan Arifin yang menunjukkan bahwa pengembangan media interaktif seperti flashcard di abad ke-21 memerlukan inovasi yang berkelanjutan dan mampu menjangkau aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik secara bersamaan (Amaliyah et al., 2026). Disisi lain,

murid yang merasa tidak perlu penambahan fitur tampaknya sudah puas dengan fungsi dasar kartu yang ada saat ini. Hal ini sejalan dengan penelitian Fitri yang menyatakan bahwa salah satu keuntungan utama dari Alat Permainan Edukatif (APE) atau kartu interaktif adalah kemampuannya untuk menghadirkan kesenangan dan motivasi belajar melalui desain yang sederhana dan tidak membosankan (Fitri, 2024). Hal ini diperkuat dengan penelitian Mardiasih yang menjelaskan bahwa kualitas produk adalah faktor paling berpengaruh terhadap minat beli dan pilihan konsumen, untuk memastikan kelangsungan usaha di tengah persaingan yang ketat, inovasi flashcard tajwid ini harus tetap menjaga kualitas desain, daya tarik visual, dan ketahanan fisik bahan produk (Mardiasih, 2019).

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di TPQ An-Nur Perum GPI Tanjungsari Kajen, penggunaan media edukasi flashcard hukum bacaan tajwid terbukti membantu siswa dalam memahami materi tajwid dengan lebih mudah dan menarik dibandingkan metode pembelajaran yang hanya

menggunakan buku teks. Media flashcard mampu meningkatkan minat belajar, mempermudah siswa mengingat hukum bacaan, membantu praktik membaca tajwid, serta mendukung pembelajaran mandiri melalui penggunaan warna, simbol, ilustrasi, dan instruksi visual yang sederhana. Selain itu, penggunaan flashcard juga mampu menciptakan suasana belajar yang lebih aktif, interaktif, dan tidak membosankan sehingga sebagian siswa menjadi lebih percaya diri ketika membaca Al-Qur'an.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi produk edukasi flashcard hukum bacaan tajwid memiliki peluang bisnis yang cukup baik. Potensi tersebut terlihat dari respon positif siswa terhadap desain visual, kualitas fisik produk, manfaat penggunaan, serta ketertarikan konsumen terhadap media pembelajaran yang praktis dan mudah dipahami. Kebiasaan konsumen, khususnya pelajar dan lembaga pendidikan Islam, yang cenderung menyukai media belajar visual dan interaktif menjadi peluang besar bagi produk ini untuk diterima di pasar. Selain itu, produk memiliki potensi untuk dipasarkan melalui

koperasi sekolah, toko alat tulis, media sosial, dan marketplace dengan target konsumen berupa TPQ, madrasah, guru mengaji, dan orang tua.

Dengan demikian, inovasi flashcard hukum bacaan tajwid tidak hanya bermanfaat sebagai media pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan pemahaman tajwid siswa, tetapi juga memiliki prospek usaha yang menjanjikan di bidang edukasi Islami. Oleh karena itu, pengembangan produk secara berkelanjutan, baik dari segi desain, kualitas, maupun inovasi teknologi, perlu dilakukan agar produk tetap menarik, relevan, dan mampu bersaing sesuai kebutuhan konsumen di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, Z. W., Bahak, M., & By, U. (2026). Penerapan Flashcard sebagai Strategi Pembelajaran Interaktif untuk Meningkatkan Pemahaman Tajwid di MI Muhammadiyah 3 Penatarsewu. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 9(2), 1562–1571. <https://doi.org/10.54371/jiip.v9i2.10521>
- Azhar, A. (2020). *Media Pembelajaran* (A. Rahman (ed.); Revisi). Rajawali Press.
- Cahyani, F. G. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2007), 1–19. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i012>
- Fitri, N. L. (2024). Efektivitas APE : Antara Kepentingan Bisnis dan Tujuan Pendidikan Nasional. *Jurnal Latihan PPIAUD*, 1(1). <https://jurnal.piaud.org/index.php/latihan/article/view/565>
- Hamalik, O. (2004). *Proses belajar mengajar* (1 ed.). Bumi Aksara.
- Hignasari, L. V. (2021). ANALISIS PELUANG USAHA PEMBUATAN ALAT PERMAINAN EDUKATIF ANAK SELAMA MASA PANDEMI COVID-19. *VASTUWIDYA*, 3(2), 14–22. <https://doi.org/10.47532/jiv.v3i2.209>
- Irada, C. Y., & Setiawan, H. R. (2024). Hubungan Penggunaan Media Flashcard dengan Hasil Belajar Peserta Didik pada Mata Pelajaran Ilmu Tajwid di SMP IT Iqra ' Medan. *Journal of Education Research*, 5(1), 1850–1860. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1087>
- Kustandi, D. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran: Konsep & Aplikasi Pengembangan Media Pembelajaran Bagi Pendidik di Sekolah dan di Masyarakat* (Ria (ed.); 1 ed.). Kencana.
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar. *IQTISHADEquity*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Mufreni, A. N. (2016). PENGARUH DESAIN PRODUK, BENTUK KEMASAN DAN BAHAN KEMASAN TERHADAP MINAT

- BELI KONSUMEN (STUDI KASUS TEH HIJAU SERBUK TOCHA). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(November), 48–54.
<https://doi.org/10.37058/jem.v2i2>
- NURDYANSYAH. (2019). *Media Pembelajaran Inovatif* (I. R. Eni fariyatul Fahyuni (ed.); 1 ed.). UMSIDA PRESS.
- Nurrita, T. (2018). PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA. *Misykat: Jurnal-ilmu-ilmu Al-Quran, Hadits, Syariah dan Tarbiyah*, 03(01), 171–187.
<https://doi.org/10.33511/misykat.v3n1.171-210>
- Putra, V. K. (2020). Pengaruh kualitas produk, desain, dan kemasan terhadap minat beli calon konsumen remile. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 350–359.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1790>
- Riyanto, J., Septian, M., & Cahya, D. (1945). PENGARUH DESAIN KEMASAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). *JURNAL REKOGNISI MANAJEMEN*, 7(1), 1–11.
<https://doi.org/10.34001/jrm.v7i1.5579>
- Satria, A. A. (2017). TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(April), 45–53.
<https://doi.org/10.37715/jp.v2i1.436>
- Tafonao, T. (2018). PERANAN MEDIA PEMBELAJARAN DALAM MENINGKATKAN THE ROLE OF INSTRUCTIONAL MEDIA TO IMPROVING. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2), 103–114.
<https://doi.org/10.32585/jkp.v2i2.113>
- Tafsir, A. (2008). *Ilmu pendidikan dalam perspektif Islam* (1 ed.). Remaja Rosdakarya.
- Tanuli, M. G. (2019). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(5), 688–689.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1688>
- Yannesa, Huda, H. (2025). Model Perilaku Konsumen Berdasarkan Faktor Psikologis, Ekonomi, Sosial, dan Budaya di Jawa Barat. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akutansi)*, 17(2), 235–250.
<https://doi.org/10.37151/jsma.v17i2.256>
- Yaumi, M. (2018). *Media dan Teknologi Pembelajaran* (S. F. S. Sirate (ed.); 1 ed.). Kencana.
- Amaliyah, Z. W., Bahak, M., & By, U. (2026). Penerapan Flashcard sebagai Strategi Pembelajaran Interaktif untuk Meningkatkan Pemahaman Tajwid di MI Muhammadiyah 3 Penatarsewu. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 9(2), 1562–1571.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v9i2.10521>
- Azhar, A. (2020). *Media Pembelajaran* (A. Rahman (ed.); Revisi). Rajawali Press.
- Cahyani, F. G. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2007), 1–19.

- <https://doi.org/10.37366/ekomabi.s.v1i012>
- Fitri, N. L. (2024). Efektivitas APE : Antara Kepentingan Bisnis dan Tujuan Pendidikan Nasional. *Jurnal Latihan PPIAUD*, 1(1). <https://jurnal.piaud.org/index.php/latihan/article/view/565>
- Hamalik, O. (2004). *Proses belajar mengajar* (1 ed.). Bumi Aksara.
- Hignasari, L. V. (2021). ANALISIS PELUANG USAHA PEMBUATAN ALAT PERMAINAN EDUKATIF ANAK SELAMA MASA PANDEMI COVID-19. *VASTUWIDYA*, 3(2), 14–22. <https://doi.org/10.47532/jiv.v3i2.209>
- Irada, C. Y., & Setiawan, H. R. (2024). Hubungan Penggunaan Media Flashcard dengan Hasil Belajar Peserta Didik pada Mata Pelajaran Ilmu Tajwid di SMP IT Iqra' Medan. *Journal of Education Research*, 5(1), 1850–1860. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1087>
- Kustandi, D. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran: Konsep & Aplikasi Pengembangan Media Pembelajaran Bagi Pendidik di Sekolah dan di Masyarakat* (Ria (ed.); 1 ed.). Kencana.
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar. *IQTISHADEquity*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Mufreni, A. N. (2016). PENGARUH DESAIN PRODUK, BENTUK KEMASAN DAN BAHAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS TEH HIJAU SERBUK TOCHA). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(November), 48–54. <https://doi.org/10.37058/jem.v2i2>
- NURDYANSYAH. (2019). *Media Pembelajaran Inovatif* (I. R. Eni fariyatul Fahyuni (ed.); 1 ed.). UMSIDA PRESS.
- Nurrita, T. (2018). PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA. *Misykat: Jurnal-ilmu-ilmu Al-Quran, Hadits, Syariah dan Tarbiyah*, 03(01), 171–187. <https://doi.org/10.33511/misykat.v3n1.171-210>
- Putra, V. K. (2020). Pengaruh kualitas produk, desain, dan kemasan terhadap minat beli calon konsumen remile. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 350–359. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1790>
- Riyanto, J., Septian, M., & Cahya, D. (1945). PENGARUH DESAIN KEMASAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). *JURNAL REKOGNISI MANAJEMEN*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.34001/jrm.v7i1.5579>
- Satria, A. A. (2017). TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(April), 45–53. <https://doi.org/10.37715/jp.v2i1.436>
- Tafonao, T. (2018). PERANAN MEDIA PEMBELAJARAN DALAM MENINGKATKAN THE ROLE OF INSTRUCTIONAL MEDIA TO IMPROVING. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2),

- 103–114.
<https://doi.org/10.32585/jkp.v2i2.113>
- Tafsir, A. (2008). *Ilmu pendidikan dalam perspektif Islam* (1 ed.). Remaja Rosdakarya.
- Tanuli, M. G. (2019). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(5), 688–689.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1688>
- Yannesa, Huda, H. (2025). Model Perilaku Konsumen Berdasarkan Faktor Psikologis, Ekonomi, Sosial, dan Budaya di Jawa Barat. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akutansi)*, 17(2), 235–250.
<https://doi.org/10.37151/jsma.v17i2.256>
- Yaumi, M. (2018). *Media dan Teknologi Pembelajaran* (S. F. S. Sirate (ed.); 1 ed.). Kencana.