




## D-Qalami: Kartu tebak arti dan aksi, media belajar Islam aspek kesehatan dan lingkungan bagi santri Taman Pendidikan Al-Qur'an

Panji Nur Fitri Yanto<sup>1</sup>, Trisna Avi Listyaningrum<sup>1</sup>, Dedek Ajeng Okta Triana<sup>1</sup>, Cut Zahiya Listy Humaira<sup>1</sup>, Muhammad Fikri Rayendra<sup>1</sup>, Nur Fatimah<sup>1</sup> , Widodo Hariyono<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

 [nur.fatimah@pbi.uad.ac.id](mailto:nur.fatimah@pbi.uad.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.5765>

### Abstrak

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern, media pembelajaran harus dikembangkan sebaik mungkin, tidak hanya dalam pendidikan di sekolah tapi juga pada pendidikan luar sekolah termasuk Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA). Saat ini, TPA hanya dikonotasikan menjadi tempat belajar membaca Al-Qur'an dengan teknik belajar mengajar dan media yang masih sederhana terkait agama saja. Kartu permainan yang sudah ada juga berkisar materi agama Islam, belum materi lain. Terkait permasalahan tersebut, diinisiasi produk media tematik pembelajaran terkait aspek kesehatan dan lingkungan yang bernilai keislaman. Metode yang digunakan adalah *Research and Development (RnD)* dengan model 4D (*Define, Design, Development dan Dissemination*). Produk hasilnya diberi nama "D-Qalami, Kartu Tebak Arti dan Aksi", Media edukasi islami aspek kesehatan dan lingkungan bagi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an (D-Qalami singkatnya). Produk ini menyajikan aspek kesehatan personal secara berseri dan lingkungan yang sehat lagi bersih yang dihubungkan dengan nilai keislaman. D-Qalami dapat dipelajari oleh berbagai kalangan dan usia, utamanya anak-anak, dilengkapi dengan buku pendukung yang menarik. Media D-Qalami berbentuk kartu-kartu berlipat yang informatif tentang kesehatan dan lingkungan, bersifat unik, praktis, dan mudah diingat kontennya oleh para santri.

**Kata Kunci:** Media edukasi; Islami; Kesehatan; Lingkungan

## *D-Qalami: Guess-and-action cards, Islamic educational media of health and environmental aspects for students of Al-Qur'an Learning Center*

### Abstract

*It is crucial that learning media be developed alongside the development of a more modern era. This concerns not just classroom learning but unorthodox forms of education, as is practiced in the Al-Qur'an Learning Center (TPA). Currently, TPA is just a place to learn to read the Qur'an with simple teaching and learning techniques and religion-related media. The existing game cards revolve around Islam, among others. On the other hand, thematic learning media products related to health and environmental issues that align with Islamic values were initiated. A 4D model (Define, Design, Development, and Dissemination) of Research and Development (RnD) was used to create D-Qalami: Guess the Meaning and Action Card, an Islamic educational media for the health and environmental aspects of the Santri TPA (abbreviated as D-Qalami). It comes as*

*unique, practical, and informative folding cards that make remembering easy. This product presents aspects of personal health in a manner that is in line with Islamic values. D-Qalami is equipped with interesting supporting books and can be studied by various groups and ages, especially children.*

**Keywords:** Educational media; Islamic; Health; Environment

## 1. Pendahuluan

---

Tumbuh kembang anak-anak bersifat kompleks karena melibatkan banyak proses seperti biologis, kognitif, dan sosioemosional. Karakteristik perkembangan anak usia sekolah meliputi perkembangan fisik motorik, intelektual, bahasa, emosi, sosial, dan kesadaran beragama (Latifah, 2017). Hal tersebut ditandai dengan perubahan fisik, tumbuhnya kreativitas, keinginan menjalin pertemanan dengan teman sebaya, dan kemampuan menganalisis kata. Semua itu diperoleh dari dan dipengaruhi oleh lingkungan. Kemajuan teknologi saat ini membuat terjadinya pergeseran gaya hidup pada anak-anak yang lebih banyak bermain dengan *gadget* dalam waktu lama dan dapat diakses dengan mudah dan kapan saja, sehingga anak-anak menjadi mengabaikan kesehatan sehari-hari dan menjadi pasif terhadap lingkungan sekitarnya.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, media pembelajaran harus semakin inovatif dan berkemajuan. Media pembelajaran harus dikembangkan sebaik mungkin tidak hanya dalam pendidikan di sekolah tapi juga Pendidikan Luar Sekolah, agar kesan ilmu dan keterampilan yang dapat dipelajari dalam ilmu agama tidak hanya berkaitan antara hamba kepada Tuhannya, akan tetapi juga erat kaitannya pribadi setiap manusia dalam hubungannya dengan orang lain dan lingkungan di sekitarnya, tidak hanya pengetahuan tapi juga amalan.

Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) merupakan lembaga pendidikan luar sekolah yang menitikberatkan pengajaran pembelajaran membaca Al-Qur'an (Suyitno, 2018), dan pengetahuan tentang agama Islam (Kurniawan, 2011) yang diselenggarakan di lingkungan masyarakat muslim. Saat ini, TPA hanya dikonotasikan menjadi tempat belajar membaca Al-Qur'an dengan media yang masih sederhana terkait agama saja, yang menyebabkan para santri cepat bosan dan tidak antusias mengikuti kegiatan TPA.

Pendidikan sekolah menggunakan kurikulum yang dirancang untuk pengembangan keseimbangan antara pengembangan sikap spiritual dan sosial, rasa ingin tahu, kreativitas, kerja sama dengan kemampuan intelektual dan psikomotorik. Serupa dengan hal tersebut, kegiatan pembelajaran di TPA diharapkan dapat menjadi kesempatan untuk mendapatkan pelajaran sekaligus pendidikan yang mendukung upaya pengembangan sebanyak mungkin potensi peserta didik/santri. Penyusunan program dan kegiatan pembelajaran termasuk media pendukungnya perlu memperhatikan teraktualisasikannya berbagai aspek pengembangan kemampuan anak.

Sesungguhnya belajar agama dapat menggunakan pendekatan menarik supaya santri antusias dan aktif mengembangkan beberapa ranah pembelajaran. Setidaknya ada tiga ranah yakni kognitif, afektif dan psikomotor (Hamzah, 2012; Hoque, 2016; Sonmez, 2017). Salah satu pendekatannya adalah melalui materi yang dibutuhkan para santri tersebut. Tidak dapat dipungkiri, aspek kesehatan dan lingkungan hidup dapat

menjadi pintu masuknya. Kedua aspek tersebut dihubungkan dengan nilai-nilai islami yang sesuai untuk santri. Oleh karena itu, upaya mengadakan sumber materi dari media edukasi islami menjadi kebutuhan bersama untuk mengoptimalkan pendidikan anak.

## 2. Metode

---

Metode yang digunakan dalam pembuatan produk D-Qalami adalah 4D (*Define, Design, Development dan Disseminate*) (Thiagarajan dalam [Trianto, 2011](#)). Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu survei pasar, proses produksi, evaluasi hasil produk, pemasaran dan penjualan. Kegiatan membuat produk D-Qalami dalam tahapan tersebut ini dilakukan selama 4 bulan, sejak diberikan pendanaan oleh Kemendikbudristek. Tim mengawalinya dengan melalui survei pasar. Maksudnya adalah untuk menganalisis kebutuhan proses produksi, menimbang potensi dan estimasi biaya. Melihat peluang dan sasaran pasar produk sehingga terkonsep dan terdefiniskan dengan baik produk yang dibuat. Sesudahnya, tim melakukan desain produk dan survei lokasi dan pemilihan mitra.

Pada tahap inti, ada empat kegiatan yang dilakukan, yaitu pembuatan produk, promosi, pemasaran dan penjualannya. Untuk ketertiban tim mengadakan buku-buku khusus untuk administrasi penjualannya. Di tahap akhir, evaluasi dilakukan. Fokusnya pada evaluasi pemasaran, evaluasi produk dan perbaikan mutu produk.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

### 3.1. Survei Pasar

Survei pasar menjadi bagian penting dalam pengembangan dan perluasan usaha ([Taiminen & Karjaluoto, 2015](#)). Yang diterapkan adalah metode kolaborasi antara *made to order* dan *direct selling* ([Subroto, 2011](#); [Tjiptono & Chandra, 2012](#); [Sudaryono, 2016](#)). Metode ini diterapkan dengan tujuan agar pemasaran produk dapat terlaksana secara efektif.

Letak usaha D-Qalami di Kota Yogyakarta (Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia) sangat strategis di tengah pulau Jawa dan tepat sasaran karena terdapat banyak TPA (Taman Pendidikan Al-Qur'an) dan pondok pesantren. Tahun 2020 Bappeda DIY melaporkan berdasarkan data Kanwil Kemenag di Yogyakarta ada 4.278 TPA dan 363 pondok pesantren ([Bappeda DIY, 2020](#)). Hal tersebut memberikan keuntungan, yaitu kemudahan dalam (1) pengadaan bahan baku produksi, (2) kemudahan proses pengembangan produk, karena dekat dengan akses jasa percetakan dan pembelian bahan baku secara grosir, (3) kemudahan publikasi dan pemasaran, karena banyaknya mitra yang dapat diajak kerja sama. Strategi pemasaran produk D-Qalami pada segmen pasar yang luas, anak-anak usia 7-13 tahun, orang tua, dan guru. Aspek pasar, yaitu memosisikan produk D-Qalami sebagai permainan edukasi kesehatan dan lingkungan berbasis ilmu agama islam yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadist. Target pasar adalah berbagai TPA, pondok pesantren, tempat kursus/les anak-anak, dan masyarakat di seluruh Indonesia khususnya lembaga islam, agar manfaat D-Qalami dapat tersebar luas. Untuk penjualan dilakukan melalui sarana brosur, WhatsApp, website, Instagram, Tokopedia, shopee, dan email. Selama proses produksi, kualitas

media selalu dievaluasi dengan mengacu pada hasil kegiatan yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Potensi bisnis D-Qalami sebagai media edukasi islami terkait kesehatan personal dan lingkungan memungkinkan untuk dikembangkan, sebab sebagai program pertama yang dikembangkan di Kota Yogyakarta. Melalui media ini harapannya anak-anak dapat bermain dengan ceria dan diharapkan mampu menerapkan PHBS (Pola Hidup Sehat dan Bersih) secara mandiri. Kompetitor permainan ini hampir bisa dikatakan minim. Meski ada kemiripan menggarap topik kesehatan, berbeda dari Leghezo (Hariyono & Septiyani, 2019), D-Qalami memuat cakupan lain yakni kesehatan personal dan lingkungan hidup yang dihubungkan dengan nilai-nilai islami. Diharapkan usaha penjualan ini dapat terus berlanjut dengan cara memperluas pemasaran, jejaring usaha, dan melakukan berbagai inovasi produk sesuai dengan permintaan masyarakat, mengikuti kegiatan pameran yang diadakan instansi pemerintah maupun swasta.

Survei pasar dilakukan dengan kunjungan toko-toko mainan dan TPA di Kota Yogyakarta, dengan mengamati jenis permainan yang dijual. Diperhitungkan kompetitor produk yang menyerupai produk *D-Qalami*, yang ternyata tidak ada. Dibuat kesepakatan dengan pihak toko untuk menjalin kerja sama dalam penjualan produk. Survei juga dilakukan untuk mengetahui tingkat peminatan konsumen dalam permainan edukasi bidang kesehatan dan lingkungan.

### 3.2. Proses produksi

Pembuatan rancangan produk D-Qalami dilakukan melalui proses desain, editing, dan *coding* komponen-komponen yang ada dalam produk permainan D-Qalami. Proses desain berupa desain kemasan menarik D-Qalami, logo D-Qalami, 2 seri kartu lipat D-Qalami (tampak depan-belakang seri kesehatan dan lingkungan), daftar materi, pembatas buku, cover buku panduan aksi untuk siswa, cover buku panduan untuk guru, desain tampilan aplikasi android D-Qalami. Proses desain dilakukan secara manual dengan menggambar di sebuah kertas lalu di-*scan* dengan mesin *scanning*. Hasil *scan* didesain dengan aplikasi desain grafis. Kemudian editing dilakukan untuk membuat video penggunaan permainan dan movies videos lagu anak "Ayo Bermain D-Qalami". Proses editing dilakukan menggunakan software *campasia*. Serta melakukan proses *coding* menggunakan *software articulate storyline* untuk membuat aplikasi pendukung permainan D-Qalami.

Setelah proses penyiapan dan pembuatan desain permainan kartu selesai, selanjutnya menentukan jasa percetakan untuk bekerja sama dalam proses pencetakan komponen permainan. Dilakukan perjanjian kerja sama yang menguntungkan antara dua pihak. Komponen permainan dicetak di tempat percetakan, diawali *review* ulang bahan tercetak. Pengecekan dilakukan dengan mengkomunikasikan dengan pihak percetakan, terkait bahan yang siap dicetak, agar meminimalisir terjadinya kesalahan. Mengambil hasil cetakan dan melakukan pemilahan untuk mengontrol kualitas produk. Setelah dilakukan pemilahan, komponen dikemas sesuai kemasan masing-masing. Untuk komponen kartu lipat, daftar materi, dan pembatas dimasukkan ke dalam kotak kemasan D-Qalami. Buku Aksi dikemas menggunakan plastik menempel di luar kotak kemasan D-Qalami. Kemudian dijadikan satu ke dalam *paper bag* D-Qalami. Khusus untuk perlindungan pengiriman secara *online*, kemasan dilengkapi dengan *bubble wrap*. Berdasarkan proses kegiatan yang dilaksanakan, diperoleh produk D-Qalami yang terdiri dari 9 produk D-Qalami (Gambar 1).

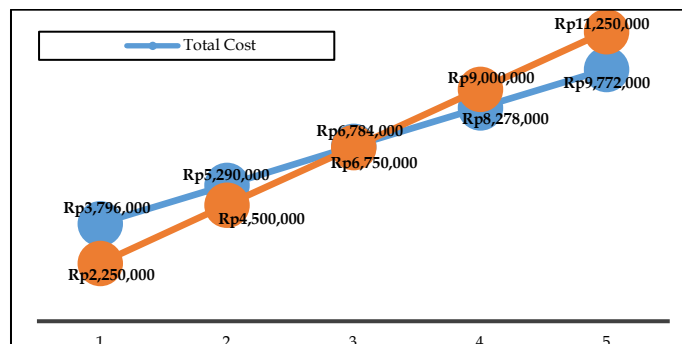


Gambar 1. Macam produk D-Qalami

Dari hasil analisis usaha seperti diuraikan di Tabel 1, diperoleh *Break Even Point (BEP)* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 BEP &= FC / (P - VC) \\
 &= 2.302.000 / (250.000 - 192.450) \\
 &= 2.302.000 / 57.550 \\
 &= 40 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Dalam bentuk grafik, kalkulasinya ditunjukkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Break Even Point D-Qalami

Biaya produksi menentukan harga jual sekaligus dapat diproyeksi keuntungan dari suatu usaha (Yudha Buana, 2020). Tabel 1 menyajikan perhitungan untuk pembuatan produk *D-Qalami* untuk satu kali proses produksi *D-Qalami*.

Tabel 1. Biaya produksi dan keuntungan penjualan

Aspek Perhitungan	Biaya (dalam Rupiah)
Modal produksi 40 buah <i>D-Qalami</i>	8.668.000,00
a. Bahan desain logo dan kartu berlipat	1.000.000,00
b. Bahan kartu berlipat dan jasa percetakan	2.740.000,00
c. Bahan kotak dan jasa percetakan	1.960.000,00
d. Bahan buku aksi santri dan jasa percetakan	1.800.000,00
e. Bahan penyekat	140.000,00
f. Bahan stiker	18.000,00
g. Bahan <i>paper bag</i>	40.000,00
h. Bahan buku panduan dan jasa percetakan	900.000,00
i. Bahan daftar materi dan jasa percetakan	70.000,00
Harga Jual Produk 40 buah <i>D-Qalami</i> dengan harga @ Rp250.000 – 300.000	11.000.000,00



$$\text{Benefit/Cost Ratio} = \frac{\text{Rp}11.000.000,00}{\text{Rp} 8.668.000,00} = 1,27 \quad B/C > 1, \text{ usaha layak}$$

Catatan:

Perhitungan tersebut untuk 1 kali proses produksi dengan waktu sekitar 7 hari.

Berdasarkan hasil analisis usaha, didapatkan harga produksi sebesar Rp8.668.000,00 sehingga harga jual di rentang Rp 250.000 - 300.000, didapat keuntungan Rp 58.300,00. Dalam 1 siklus (1,5 bulan) diproduksi 80 unit, BEP-nya pada 54 unit.

Dari hasil PKM bidang Kewirausahaan produk *D-Qalami* yang telah dijalankan selama tiga bulan sejak diberikannya pendanaan program, dapat dinyatakan, bahwa: (1) produksi *D-Qalami* telah berhasil dilakukan dengan jumlah produk terjual selama 3 bulan sebanyak 40 buah, (2) produksi ini menjalin kerja sama dengan jasa percetakan, beberapa TPA di Yogyakarta, dan beberapa Lembaga keagamaan di Pacitan, (3) telah dilakukan pembuatan tambahan produk-produk dari ide kreatif baru yang muncul, yaitu Buku "Panduan Permainan *D-Qalami* Bagi Guru dan Santri", Buku Aksi Santri *D-Qalami*, penciptaan lagu "Mari Bermain *D-Qalami*", (4) mempublikasikan artikel ilmiah di salah satu jurnal terindeks sinta, (5) Aplikasi Pendukung Permainan *D-Qalami*, (6) telah mendapatkan surat resmi Hak Atas Kekayaan Intelektual/HAKI dari Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, untuk produk utama dan merek *D-Qalami*, buku-buku panduan dan pendukung permainan *D-Qalami*, lagu "Mari Bermain *D-Qalami*". Dihasilkan pula *Aplikasi Pendukung Permainan D-Qalami*, sebagai versi permainan edukatif yang mendukung edukasi kesehatan, dan hal ini sangat mendukung misi kewirausahaan Tim PKM ini.

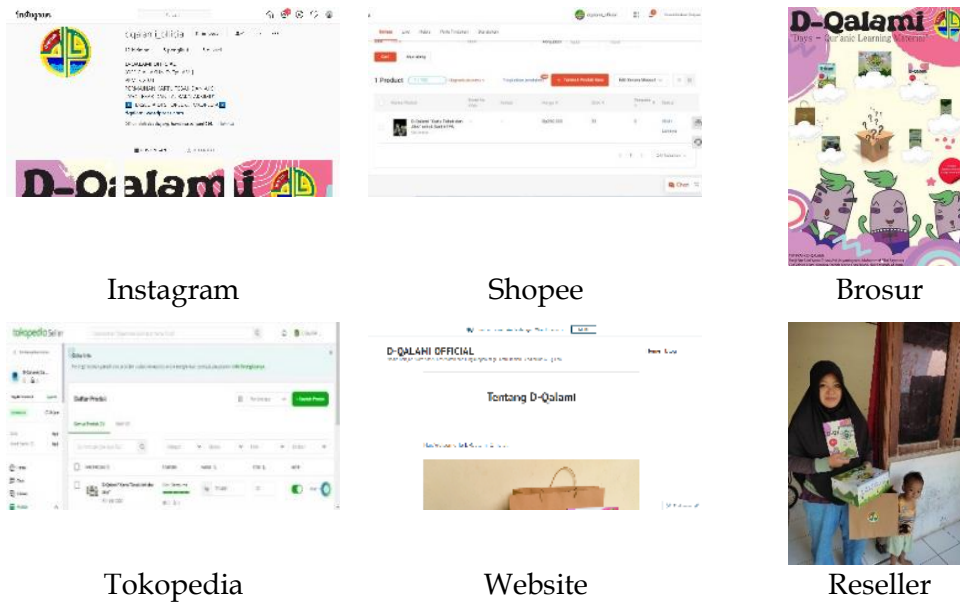
### 3.3. Evaluasi hasil produk

Proses evaluasi dilakukan sesuai dengan analisis hambatan dan tinjauan yang sudah dilakukan. Untuk pencetakan produk kami selalu melakukan *double checking* pada saat pra produksi dan pascaproduksi. Kemudian untuk mengukur kesesuaian manfaat produk, dilakukan uji validasi produk *D-Qalami* kepada ahli media dan materi pembelajaran islami. Hasil validasi ahli menyatakan produk *D-Qalami* layak digunakan. Selain itu *feedback* dari konsumen juga menunjukkan angka 100%. Setelah itu tim merencanakan membuat variasi seri kartu berlipat yang lebih bervariasi dan bermanfaat bagi anak.

### 3.4. Pemasaran dan penjualan

#### a. Pemasaran Produk

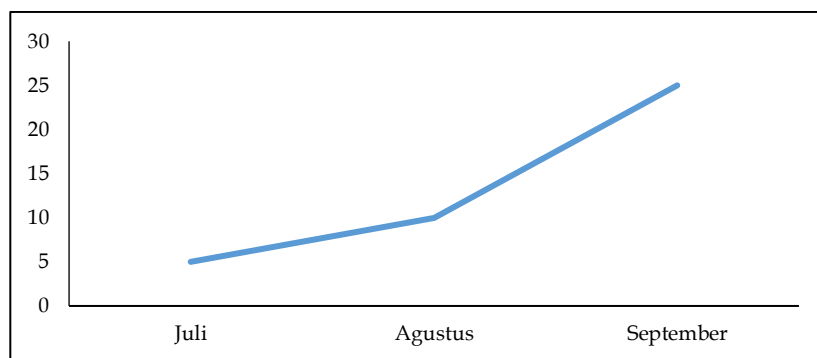
Untuk pemasaran produk, target konsumen atau sasaran pemasaran jasa ini adalah masyarakat, khususnya santri TPA, sebab *D-Qalami* dapat digunakan sebagai alat peraga permainan edukasi kesehatan personal dan lingkungan berbasis ilmu agama. Untuk mengenalkan *D-Qalami*, produk dipublikasikan baik secara online maupun offline. Secara daring, pemasaran dilakukan melalui jejaring sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Line*, *Whatsapp*, *Website*, *Marketplace Shopee* dan *Tokopedia*, serta membuat brosur, lagu *Bermain D-Qalami*, dan Aplikasi Android Permainan *D-Qalami* ([Gambar 2](#)). Promosi secara *offline* dilakukan dengan membuat dan menyebarkan brosur, poster, dan *x-banner*, melakukan kerja sama dengan Lembaga keagamaan di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Pacitan. Produk juga dijual dengan harga standar atau pemberian diskon dengan metode tertentu.



Gambar 2. Pemasaran produk *D-Qalami*

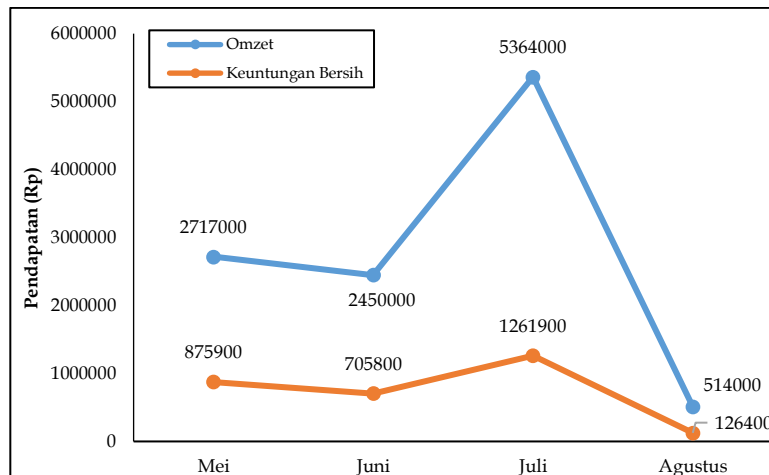
b. Penjualan kepada Konsumen

Penjualan *D-Qalami* dilakukan selama 3 bulan sejak diberikan pendanaan, baik melalui sistem penjualan langsung maupun tidak langsung. Dua bulan pertama merupakan tahap promosi dengan penjualan seharga Rp 250.000,00 per unit (Gambar 3).



Gambar 3. Penjualan *D-Qalami* 3 bulan

Pada bulan ke-3, terjadi peningkatan penjualan cukup tajam, sebab dilakukan promosi penjualan melalui media sosial dan kerja sama dengan Lembaga keagamaan di Kabupaten Pacitan. Dari 40 unit produk yang diproduksi pada tahap pertama, berhasil dijual produk sebanyak 40 unit. Titik *BEP* dicapai setelah produk terjual 27 unit. Setelah *BEP* dicapai, dilakukan pengembangan model atau versi produk dan memproduksi kembali sebanyak 40 unit dengan harga yang kompetitif, sesuai hasil survei (umpan balik) pada konsumen sebelumnya. Umpan balik sangat diperlukan untuk peningkatan kualitas (Mourtzis et al., 2018; Nasr et al., 2014). Saat ini sedang proses memproduksi *D-Qalami* tahap ke-2, sebab produk sudah terjual habis.



Gambar 4. Grafik perbandingan pendapatan dan keuntungan penjualan D-Qalami

Omzet tertinggi didapatkan pada bulan ke-3 sebesar Rp 11.000.000,00, dengan keuntungan Rp 2.332.000,00. dilakukan promosi penjualan melalui media sosial dan kerja sama dengan Lembaga keagamaan di Kabupaten Pacitan, sehingga dilakukan penjualan D-Qalami pada beberapa tempat TPA di Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Selama 3 bulan, usaha ini menghabiskan Rp 8.668.000,00 dan memperoleh penghasilan Rp 11.000.000,00, sehingga mendapatkan keuntungan Rp 2.332.000,00 (Gambar 4).

## 4. Kesimpulan

Produk yang dihasilkan yakni D-Qalami menjadi media edukasi islami yang multifungsi. Selain menjadi media belajar agama Islam, D-Qalami juga jalan untuk sekaligus belajar mengamalkan aspek kesehatan personal dan lingkungan hidup. Usaha D-Qalami dengan modal sebesar Rp8.668.000,00, dalam waktu 3 bulan dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp2.332.000,00. Produksi D-Qalami dapat dinyatakan berhasil, sebab telah balik modal dan memiliki saldo total sebesar Rp2.332.000,00. Produksi D-Qalami dinyatakan layak dengan analisis B/C, sebesar 1,27 > 1, sehingga bernilai profit. Produksi D-Qalami selama 3 bulan dapat dikatakan berhasil dan sangat potensial untuk terus dikembangkan keberlanjutan produksinya, sebagai produk bisnis dan kewirausahaan yang prospektif.

## Acknowledgement

Terima kasih disampaikan kepada Direktorat Belmawa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud), Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa), yang telah memberikan pendanaan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) bidang Kewirausahaan ini.

## Daftar Pustaka

Bappeda DIY. (2020). *Jumlah Lembaga Pendidikan Keagamaan: Data Vertikal Kanwil Kemenag*.



- Hamzah, S. H. (2012). Aspek Pengembangan Peserta Didik: Kognitif, Afektif, Psikomotorik. *Dinamika Ilmu: Jurnal Pendidikan*, (12), 1.
- Hariyono, W., & Septiyani, E. (2019). Permainan Inovatif Leghezo Sebagai Media Edukasi Kesehatan Untuk Anak-Anak. *Jurnal Cakrawala Promkes*, 1(2), 86-92.
- Hoque, M. E. (2016). Three Domains of Learning: Cognitive, Affective and Psychomotor. *The Journal of EFL Education and Research*, 2(2), 45-52.
- Kurniawan, H. (2011). Pendukung Materi Taman Pendidikan Al-Qur'an Melalui Game Edukasi Untuk Anak Umur 6-10 Tahun Menggunakan Macromedia Flash 8. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 51-55.
- Latifah, U. (2017). Aspek Perkembangan Pada Anak Sekolah Dasar: Masalah dan Perkembangannya. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(2), 185-196.
- Mourtzis, D., Vlachou, E., Zogopoulos, V., Gupta, R. K., Belkadi, F., Debbache, A., & Bernard, A. (2018). Customer Feedback Gathering And Management Tools For Product-Service System Design. *Procedia Cirp*, (67), 577-582.
- Nasr, L., Burton, J., Gruber, T., & Kitshoff, J. (2014). Exploring The Impact Of Customer Feedback On The Well-Being Of Service Entities: A TSR Perspective. *Journal of Service Management*, 25(4), 1-27.
- Sonmez, V. (2017). Association of Cognitive, Affective, Psychomotor and Intuitive Domains in Education, Sonmez Model. *Universal Journal of Educational Research*, 5(3), 347-356.
- Subroto, B. (2011). *Pemasaran Industri: Business to Business Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Suyitno, S. (2018). Peranan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) dalam pendidikan karakter. *Edukasi: Jurnal Penelitian Dan Artikel Pendidikan*, 9-16.
- Taiminen, H. M., & Karjaluto, H. (2015). The Usage of Digital Marketing Channels in SMes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Trianto. (2011). *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif-Progresif: Konsep, Landasan, Dan Implementasinya Pada Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yudha Buana, D. (2020). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Menetapkan Harga Jual Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Upaya Memaksimalkan Keuntungan Pada Mebel H. Slamet Kota Metro*. Universitas Muhammadiyah Metro.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License