



# Development of Design of Worship Products to Meet the Needs of Muslims in Southeast Asia

## Pengembangan Desain Produk Ibadah Dalam Memenuhi Kebutuhan Muslim Di Asia Tenggara

Marzuki Ibrahim<sup>1\*</sup>, Ribangun Bamban Jakaria<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universiti Sultan Zainal Abidin, Malaysia, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

The heyday of Islam began in the middle of the 7th century but today we find that Muslims are struggling to make a name for themselves in pioneering science and technology. That should not be the case, because many of the creations enjoyed today are actually based on creations from Islamic civilization and not from the West. Therefore, to restore this glory, a new plan must start from now. Among other things, through the development of worship products for the use of Muslims, especially in Southeast Asia. To make the idea of developing this worship product clear, several examples of existing worship products are presented and discussed their weaknesses from a design perspective. Five examples of innovative products specifically designed for the needs of Muslims are clarified. The reason for the need for innovation in worship products is also statistically discussed in depth based on the growth of Muslims, with more than 1.6 billion Muslims. Furthermore, as many as nine groups of worship products that have the potential to be developed are products for prayer, recitation, pilgrimage and umrah. Finally, design features need to be considered for developing worship products. It is hoped that the innovative products of worship services will generate wealth to improve the quality of life of Muslims throughout the world.

**Keywords:** Glorious Age, Islamic Scientists, Muslim Ibadah Products, Innovation

### ABSTRAK

Masa kejayaan Islam dimulai sejak pertengahan abad ke-7 tetapi hari ini kita menemukan bahwa umat Islam berjuang untuk membuat nama untuk diri mereka sendiri dalam perintis sains dan teknologi. Seharusnya tidak demikian, karena banyak ciptaan yang dinikmati hari ini sebenarnya didasarkan pada ciptaan dari peradaban Islam dan bukan dari Barat. Karena itu, untuk mengembalikan kejayaan ini, rencana baru harus dimulai dari sekarang. Antara lain, melalui pengembangan produk ibadah untuk penggunaan umat Islam terutama di Asia Tenggara. Untuk membuat ide mengembangkan produk ibadah ini jelas, beberapa contoh produk ibadah yang ada disajikan dan dibahas kelemahan mereka dari perspektif desain. Lima contoh produk inovatif yang dirancang khusus untuk kebutuhan umat Islam diperjelas. Alasan untuk perlunya inovasi dalam produk-produk ibadah juga secara statistik dibahas secara mendalam berdasarkan pertumbuhan

### OPEN ACCESS

ISSN 2579-5813 (online)

**Edited by:**

Nurdyansyah

**Reviewed by:**

Mu'alimin

**\*Correspondence:**

Marzuki Ibrahim

marzukiibrahim@unisza.edu.my

**Received:** 5 Januari 2020

**Accepted:** 15 Februari 2020

**Published:** 30 April 2020

**Citation:**

Ibrahim M and Jakaria RB (2020)

Development of Design of Worship

Products to Meet the Needs of

Muslims in Southeast Asia.

Madrosatuna: Journal of Islamic

Elementary School. 4:1.

doi: 10.21070/madrosatuna.v4i1.639

9

*umat muslim, dengan lebih dari 1,6 miliar muslim. Lebih lanjut, sebanyak sembilan kelompok produk ibadah yang berpotensi untuk dikembangkan adalah produk untuk shalat, pengajian, haji dan umrah. Akhirnya, fitur desain yang perlu dipertimbangkan untuk mengembangkan produk ibadah. Diharapkan bahwa produk inovatif layanan ibadah akan menghasilkan kekayaan untuk meningkatkan kualitas hidup umat Islam di seluruh dunia.*

**Kata Kunci :** *Jaman Kejayaan, Ilmuan Islam, Produk Ibadah Muslim; Inovasi*

## PENDAHULUAN

Para ilmuwan Islam sebenarnya telah menghasilkan berbagai macam kreasi dan inovasi di berbagai bidang seperti kedokteran, bedah, fisika, kimia, filsafat, astrologi dan geometri. Tanpa kebesaran sains Islam, dunia modern yang dinikmati saat ini tidak akan seperti sekarang ini. Menurut [Al-Hassani \(2012\)](#), pada Jaman Kejayaan Islam telah dimulai dari pertengahan abad ke-7 hingga pertengahan abad ke-13. Selama masa ini, para cendekiawan Islam, termasuk seniman, insinyur, cendekiawan, penyair, filsuf, ahli geografi dan pedagang di dunia Islam, telah memberikan kontribusi yang tak terhitung jumlahnya dalam bidang masing-masing. Di antara bidang utama adalah pertanian, seni, ekonomi, industri, hukum, sastra, navigasi, filsafat, sains, sosiologi dan teknologi. Di era kejayaan Islam ini, dunia Islam telah menjadi pusat intelektual utama pada bidang sains, filsafat, kedokteran, dan pendidikan.

Ibn Sina, tokoh medis terkemuka di dunia yang hingga kini masih dikenal. Demikian juga, Imam Ghazali, filsuf terkemuka lebih dari 69 buku, Ar-Razi (tokoh medis), Abulcasis (operasi), Abu Musa Jabir ibn Hayyan (kimia) Muhammad ibn Jabir (astronomi) dan banyak cendekiawan Islam lainnya. Mereka sebenarnya adalah katalisator bagi banyak inovasi dan kreasi terbaru yang digunakan oleh seluruh umat manusia. Ini adalah indikasi yang jelas bahwa peradaban Islam telah berevolusi untuk waktu yang lama dan bahwa Islam selalu mementingkan sains dan teknologi.

### Sejarah Peradaban Islam dan Kekuatan desain

Jaman kejayaan Islam sejak pertengahan abad ke-7 hingga pertengahan abad ke-13. Para penguasa Islam selama periode itu, telah berhasil mendirikan salah satu kekaisaran terbesar dalam sejarah dunia. Misalnya, di kota Baghdad, mereka telah mendirikan Rumah Kebijaksanaan (House of Wisdom) yang menampung para cendekiawan (Muslim dan non-Muslim) yang bekerja keras untuk mengumpulkan dan menerjemahkan ilmu pengetahuan dunia ke dalam bahasa Arab. Ada banyak tulisan klasik kuno yang sebenarnya diterjemahkan ke dalam bahasa Arab dan kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Turki, Sindhi, Persia, Ibrani dan Latin. Sebagian besar pengetahuan berasal dari zaman kuno Mesopotamia, Roma Kuno, Cina, India, Persia, Mesir Kuno, Afrika Utara, Yunani Kuno, dan Bizantium. Tulisan-tulisan klasik kuno seperti Brahmagupta, Aristoteles, Euclid, Ptolemy dan Hippocrates diterjemahkan ke dalam bahasa Arab untuk memungkinkan debat dan perkembangan dalam matematika, astronomi, kimia, kedokteran dan teknik direalisasikan sejalan dengan jaman Islam pada masa itu [History \(2019\)](#). Kerajaan Islam adalah yang pertama di dunia yang diakui sebagai peradaban universal karena mampu menyatukan orang-orang dari berbagai latar belakang seperti Cina, India, Timur Tengah dan Afrika Utara, Afrika Selatan dan Eropa [History \(2019\)](#)

### Islam dan Kekuatan Desain

Banyak yang tidak tahu atau tidak menyadari bahwa berbagai kreasi yang dinikmati saat ini sebenarnya didasarkan pada kreasi ilmiah Islam. Sejarah membuktikan bahwa pada masa era Islam, umat Islam telah menang dalam berbagai bidang pengetahuan. Sarjana Islam adalah pelopor dalam bidang-bidang seperti kimia, fisika, kedokteran, biologi, aljabar, teknik, arsitektur, seni, pertanian dan dalam berbagai industri produksi yang memiliki dampak positif pada kehidupan kita sehari-hari saat ini.

Pada masa-masa awal, sains Islam dikaitkan dengan penemuan penyulingan yang mampu menyaring apa saja dari alkohol hingga parfum. Kebersihan adalah masalah yang sangat penting dalam Islam sampai mereka membuat dan memproduksi sabun selama berabad-abad sebelum Barat dan ratusan tempat mandi sedang dibangun di seluruh kota-kota Muslim.

Ilmuwan Islam sangat menyadari dasar-dasar cahaya yang akhirnya menciptakan kamera oskura Gambar 2. Mereka juga pelopor aljabar dan menghasilkan sudut bumi. Mereka membangun kincir angin pertama Gambar 4, memelopori konsep batang engkol dan menciptakan torpedo pertama di dunia. Kreativitas para cendekiawan Islam juga mengarah pada penemuan instrumen unik yang dikenal sebagai astrolabe Gambar 3. Ini dapat mencari kota Mekah, menampilkan waktu dan membantu bintang-bintang menavigasi padang pasir atau laut [Al-Hassani \(2012\)](#).

Kesimpulannya, sains Islam sebenarnya adalah katalisator bagi banyak inovasi dan kreasi terbaru yang digunakan oleh seluruh umat manusia. Ini adalah bukti nyata bahwa peradaban Islam sebenarnya berkembang jauh lebih awal daripada Barat. Dia juga menjelaskan bahwa Islam selalu sangat penting dalam sains dan teknologi.

### Islam dan Realita Hari Ini

Hari ini, kita dapat dengan jelas melihat bahwa umat Islam harus bekerja keras untuk melakukan segala hal untuk menjadi pelopor dalam sains dan teknologi, dan ini tidak selalu terjadi. Ini karena sepanjang sejarah, umat Islam telah benar-benar menemukan dan menciptakan semua jenis ciptaan yang pada akhirnya membawa umat manusia menjadi makmur dan berhasil.

Sejak pecahnya 11/9 di Amerika, umat Islam dan budaya mereka secara langsung dikaitkan dengan terorisme. Media Barat secara terbuka menggambarkan orang Arab dan Muslim sebagai teroris. Kontribusi yang dibuat oleh umat Islam selama masa kejayaan Islam pada awal abad ke-7 terutama dalam produksi berbagai jenis kreasi, penemuan dan tulisan tidak lagi terdengar tetapi hampir terkubur. Dengan demikian, sangat disayangkan bagi umat Islam di seluruh dunia untuk sering membahas modernitas dunia yang mencakup aspek-aspek penemuan dan inovasi tanpa merujuk kembali pada keunggulan para cendekiawan Islam yang telah menyajikan teori-teori ilmiah, teknologi yang diproduksi, dan berbagai penemuan yang mampu meningkatkan peradaban. Islam. Sebagai Muslim yang berpendidikan, kita harus bangga, bersyukur, dan mengakui bahwa peradaban Islam adalah peradaban yang telah berkontribusi besar dalam meningkatkan kehidupan dan



**FIGURE 1** | Kondisi di dalam house of wisdom [Heritage and Nizamoglu \(2016\)](#)



**FIGURE 2** | Kamera Oskura [Muslim and Jafoufi \(2017\)](#)



**FIGURE 3** | Astrolabe [Metmuseum \(????\)](#)



FIGURE 4 | Kincir angin [Republika et al. \(2017\)](#)

kesejahteraan kita saat ini.

#### Sejarah dan Perkembangan Islam di Asia Tenggara

Informasi dari Wikipedia [Wikipedia \(2019\)](#) menunjukkan bahwa benua Asia memiliki jumlah Muslim terbesar di dunia yaitu 1,2 miliar penganut pada 2015. Pada 240 juta atau sekitar 40% populasi Muslim dunia berasal dari Asia Tenggara dengan mayoritas di Brunei, Indonesia, Malaysia dan Pattani di Thailand dan sebagian Mindanao di Filipina. Bagian berikut ini akan memberikan tinjauan singkat tentang sejarah dan perkembangan Islam di 5 negara dengan sejumlah besar Muslim, dengan lebih dari 3 juta orang seperti Indonesia, Malaysia, Filipina, Kamboja dan Thailand.

**Indonesia** - berisi populasi Muslim terbesar di dunia, terhitung sekitar 13 persen dari total jumlah Muslim di dunia. Jumlah total Muslim di Indonesia adalah 229 juta orang yang mewakili 87,2% dari 273 juta penduduk Indonesia [Review \(2020\)](#). Menurut [Raffie \(2018\)](#), ada tiga teori tentang pengenalan Islam ke Indonesia: 1) Teori Gujarat-Islam berasal dari Gujarat India pada abad ke-7 H atau abad ke-13 M; 2) Teori Makkah - aslinya dari Mekah atau Arab pada abad pertama Hijrah atau abad ke 7 Masehi oleh perdagangan, dan 3) Teori Persia - dibawa oleh Persia (Iran) berdasarkan kesamaan budaya dan tradisional yang berkembang antara Persia dan orang Indonesia.

**Malaysia** - Ada lebih dari 16 juta Muslim, atau 61,3% dari 32 juta populasi [Review \(2020\)](#). Seperti halnya Indonesia, teori Islam di Malaysia atau dikenal sebagai Tanah Melayu serupa hanya karena kedua negara berasal dari lingkungan pemerintahan Melayu. Namun, menurut [Rahman \(1989\)](#), ada teori lain yang menyatakan bahwa Islam di Malaysia berasal dari Indocina. Ini karena abad ke-9M, mencatat bahwa orang Melayu memiliki kontak dengan orang-orang Champa dan Kamboja. Hubungan ini didasarkan pada pentingnya penaklukan dan pernikahan terutama antara keluarga kerajaan.

**Filipina** - dari 109 juta orang, 7,9 juta atau 8% adalah

Muslim. Menurut [Saifullah \(2008\)](#), berdasarkan bukti historis, dakwah Islam pertama kali tiba di Filipina antara abad ke-12 dan ke-13 dan secara langsung terkait dengan sejarah Kesultanan Sulu. Menurut catatan sejarah, seorang misionaris bernama Lord Masha'ika datang ke Pulau Selatan Pulau Sulu di bawah pemerintahan Raja Sipad (Raja Shripaduka) dan kemudian menikahi salah seorang putrinya. Mr. Masha'ika juga telah berhasil memproklamirkan kaum bangsawan setempat dan keturunannya adalah penyebar agama Islam di Filipina.

**Kamboja** - memiliki lebih dari 3 juta Muslim, terhitung sekitar 19% dari populasi 16,7 juta orang. Keberadaan Islam di Kamboja disahkan antara abad ke-2 dan ke-18. Orang Melayu di Kamboja adalah keturunan dari misionaris Muslim dan pedagang nusantara termasuk Semenanjung Melayu [Musa \(2012\)](#)

**Thailand** - Jumlah Muslim adalah 3 juta atau mewakili 4,3% dari populasi Thailand mendekati 70 juta. Menurut [Sanurdi \(2018\)](#), Islam telah ada di Thailand sejak abad ke-13 di mana mereka aktif dalam perdagangan dan administrasi di pemerintahan Thailand. Umumnya Muslim di Thailand dibagi menjadi dua kelompok, Muslim Melayu Thailand dan Muslim. Mayoritas Muslim tinggal di Thailand Selatan, terutama di daerah Pattani dan mereka disebut sebagai Petani Darussalam atau Penduduk Pegunungan.

#### Objektif

Tujuan utama dari makalah ini adalah untuk :

1. Menjelaskan peradaban Islam dan kehebatan penciptaan oleh para cendekiawan Islam;
2. Membahas berbagai kelemahan produk ibadah yang ada di pasar dari perspektif desain
3. Menjelaskan perlunya inovasi produk masa depan dari produk-produk ibadah; Dan,
4. Rekomendasikan fitur-fitur utama untuk dipertimbangkan dalam mengembangkan produk ibadah untuk memenuhi

No	Negara	Penganut Islam	Jumlah Penduduk	% Islam
1	Indonesia	229.000.000	273.523.615	87.20%
2	Malaysia	16.318.355	32.365.999	61.30%
3	Filipina	7.913.542	109.581.078	8.00%
4	Kamboja	3.125.401	16.718.965	19.00%
5	Thailand	3.000.000	69.799.978	4.30%
6	Singapura	781.558	5.850.342	14.70%
7	Brunai	355.045	437.479	78.80%
8	Laos	9.616	97.338.579	0.10%
9	Vietnam	1.000	7.275.560	0.00%
10	Timor Leste	1.000	1.318.445	0.10%

FIGURE 5 | Penganut Islam di Asia Tenggara 2020 – Adaptasi World Population Review [Review \(2020\)](#)

kebutuhan pelanggan dan pasar.

### Sumber informasi

Informasi yang disajikan dalam makalah ini adalah melalui sumber-sumber berikut:

1. Tinjauan literatur. Informasi terbaru diperoleh melalui sumber referensi seperti buku, jurnal, artikel dan melalui mesin pencari yang berkaitan dengan topik yang dibahas (kemuliaan Islam, ilmu Islam, produk ibadah [Ahmad et al. \(2020\)](#) ; [Ibrahim et al. \(2019\)](#)), desain inovatif, penganut Islam di dunia dan Asia Tenggara, tren dan gaya hidup Islam, budaya dan warisan Islam, hukum Islam dari Al-Quran dan Hadits, tren pasar terbaru dan perkembangan produk baru.
2. Pengamatan langsung yang dilakukan oleh para peneliti pada produk-produk ibadah yang ada yang digunakan di Malaysia dan negara-negara Asia Tenggara melalui kunjungan kerja apakah akan mempresentasikan makalah, menghadiri konferensi / lokakarya, kunjungan industri / pameran / universitas, atau undangan dari industri / universitas.
3. Pengalaman penelitian dua minggu di Tanah Suci Madinah dan Mekah untuk melakukan ibadah umrah pada 12 November hingga 25 November 2019. Sementara di Madinah, para peneliti memiliki kesempatan untuk beribadah di Masjid Nabawi, Masjid Quba dan Masjid Bir Ali saat di Mekah di Masjid Suci, Masjid Hudaibiyah dan Masjid Qarnul Manazil. Di masjid ini, peneliti lebih fokus pada produk kursi lipat yang ada yang digunakan sebagai kursi sholat berdiri. Dapat dikatakan bahwa semua masjid yang dikunjungi di Madinah dan Mekah menyediakan kursi lipat ini untuk jemaah mereka.
4. Pengalaman peneliti di bidang desain industri selama lebih dari 30 tahun.

### Apa itu Produk Ibadah ?

Produk didefinisikan sebagai “sesuatu [nyata], layanan [tidak berwujud] dan sebagainya diproduksi oleh pabrik, atau ditawarkan oleh institusi dan sebagainya [PRPM \(2019\)](#) . Penekanan makalah ini, adalah pada produk produk (fisik) nyata. Istilah ibadah menurut [Jakim \(2012\)](#) berasal dari kata Arab. Sudut bahasa berarti menaati, menaati, membungkuk, menyembah dan bekerja keras untuk sesuatu. Dalam istilah agama, ibadah berarti tindakan mematuhi dan sepenuhnya mematuhi segala sesuatu yang telah Allah lakukan dan dipanggil oleh para Rasul, apakah itu perintah atau larangan. Ada ayat-ayat Alquran dan hadis yang membutuhkan ibadah. Ini termasuk:

Artinya :

“Wahai sekalian manusia beribadahlah kepada Tuhan kau yang telah menciptakan kamudan orang-orang yang terdahulu daripada kamu supaya kamu (menjadi orang-orang yang) bertaqwa.” (al-Baqarah : 21)

Deskripsi tersebut menunjukkan bahwa makna dari produk ibadah dalam konteks makalah ini adalah: “produk (produk) yang diproduksi oleh produsen untuk membantu umat Islam melakukan semua hal yang Allah lakukan dan menyerukan oleh para Rasul (ibadah).

### Produk Ibadah yang ada saat ini dan Kelemahannya

Tidak dapat disangkal, ada berbagai produk ibadah yang banyak digunakan oleh umat Islam di seluruh dunia. Namun, melalui pengamatan para peneliti, produk yang ada banyak digunakan oleh umat Islam belum mencapai standar. Ada berbagai kelemahan yang dideteksi terutama dari perspektif desain. Di antara kelemahan utama adalah :

### Desain yang sudah ketinggalan zaman

Pengamatan oleh para peneliti menemukan bahwa banyak produk yang ada digunakan oleh umat Islam masih tertinggal dalam desain. Sebagian besar konsumen, bagaimanapun, tidak cukup menekankan tentang aspek desain jika produk yang dibeli dapat berfungsi dan ditawarkan dengan harga yang kom-



FIGURE 6 | Kerusi lipat yang disediakan di Masjid Nabawi Madinah



FIGURE 7 | Penggunaan kerusi lipat di Masjid Nabawi Madinah

يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ  
 قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴿٢١﴾

FIGURE 8 | Firman Allah SWT : (Al-Baqarah :21)

petitif. Di Malaysia, misalnya, ini bukan hal yang baru. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim (1999), orang Malaysia lebih mementingkan harga daripada kualitas produk. Akibatnya, beberapa produsen produk ini telah dimanipulasi dengan menawarkan produk murah untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Meskipun saat ini kesadaran akan desain yang baik telah meningkat di kalangan konsumen di Malaysia, konsumen masih mengutamakan harga untuk membeli suatu produk.

#### Ubah Produk yang Ada

Ada dua situasi di mana, pertama produk diambil langsung dari produk yang ada dan hanya fungsinya yang diubah. Contoh kursi lipat yang ada digunakan sebagai kursi doa stand-up untuk mereka yang tidak tahan lama atau memiliki masalah kesehatan Gambar 10; tong gas kecil berfungsi sebagai tabung

sumbangan masjid Gambar 11. Kedua, produk yang sudah ada dimodifikasi. Misalnya kursi dikeluarkan dari kursi asli dan kemudian digunakan sebagai kursi kuliah masjid (lantai kursi) untuk fungsi sains; meja kecil untuk anak-anak untuk menulis / menggambar diubah menjadi meja kayu / meja kayu Gambar 12. Mengenai modifikasi produk yang sudah ada ini, sudah dijelaskan hampir 25 tahun yang lalu oleh Bajuri dan Bidin (1996) dalam Ibrahim (1999). Menurut mereka, 'orang Malaysia suka benda-benda indah' dan mereka tidak tahu apakah itu produk custom, produk replika atau tidak.

#### Tidak Ada Identitas Lokal atau Identitas Islam

Sebagian besar produk yang ada tidak menekankan gambar atau identitas lokal atau identitas Islam. Ini karena sebagian besar produsen tidak melihat ini sebagai keharusan dari sudut komersialisasi produk. Perhatian utama pabrik



FIGURE 9 | Rak-rak kitab dengan desain yang sudah usang



FIGURE 10 | Contoh kursi lipat

adalah untuk menghasilkan produk yang terjangkau yang dapat dijual secara massal kepada pelanggan. [entrepreneurs.com and Center \(2020\)](#) melaporkan bahwa banyak perusahaan melupakan merek dan kualitas produk karena mereka lebih nyaman menggunakan faktor harga dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. [Malaysia3C.com \(2020\)](#), di sisi lain, melaporkan bahwa konsumen terobsesi dengan merek asing (negara-negara Barat) dan mengatakan konsumen lebih suka merek asing daripada merek domestik. Anehnya, nama merek yang digunakan tidak membawa identitas lokal, namun banyak konsumen menganggap merek ini sebagai produk dari luar negeri. Banyak merek yang terinspirasi atau terinspirasi oleh kata-kata asing seperti Italia, Prancis, Amerika Serikat, Inggris, Jepang dan Korea

#### **Ketidak sesuaian Bahan**

Sebagian besar produk yang ditawarkan di pasaran menggunakan bahan berkualitas rendah, murah, dan murah untuk menghemat biaya dan mengurangi harga. Akibatnya, produk yang dijual tidak berfungsi seperti yang diharapkan, tidak tahan lama dan sering rusak. Dengan pengamatan sebagian besar produk yang dijual memiliki kualitas yang berbeda dengan produk untuk ekspor ke luar negeri. Mengambil contoh penutup meja kayu, kualitas kayu yang ditawarkan kepada konsumen jauh lebih rendah dari yang seharusnya. Beberapa produsen menggunakan kayu berkualitas rendah tetapi permukaan kayu dipernis, dicat atau diwarnai untuk menarik konsumen membelinya. Akibatnya, produk yang dibeli akan mudah rusak, rusak, terinfeksi atau terserang hama. Tetapi tidak dapat disangkal bahwa banyak produsen meja kelas atas menggunakan kayu berkualitas tinggi dan tahan lama seperti





**FIGURE 11** | Tong gas kecil digunakan sebagai kotak amal



**FIGURE 12** | Contoh rehal kayu (meja bacaalquran berbahan kayu)



**FIGURE 13** | Rehal meja dengan bahan dankualitas yang berbeda

kayu karet, kayu pinus dan kayu keras.

### Tidak Ergonomis

Produk yang ditawarkan juga sering mengabaikan faktor ergonomis yang relevan dari kesesuaian produk yang digunakan dengan kemampuan manusia. Ini mungkin karena sebagian besar produk yang ditawarkan dapat disalin dari produk lain di pasar yang kemudian disesuaikan untuk penggunaan lokal. Situasi ini dapat membuat pengguna berisiko terkena sendi, tulang, otot, dan ketidaknyamanan. Contoh desain troli untuk mengumpulkan tabung masjid Gambar 14 dirancang tanpa memperhatikan aspek desain termasuk fungsi produk dan ergonomi pengguna. Saat merekam situasi, peneliti dapat melihat bagaimana tindakan anak-anak yang ditugaskan untuk mengumpulkan dana masjid ini tidak dapat mengendalikan troli. Selain faktor usia, troli-troli ini juga dianggap tidak cocok karena aspek keselamatan dan ergonomis mobil ketika memproduksi troli ini.

### Tidak Mengikuti Syariat Islam

*Secara khusus (2018), hukum Islam adalah hukum (peraturan) yang Allah SWT telah ungkapkan kepada umat manusia melalui Nabi Muhammad SAW dalam bentuk Quran atau Sunnah para nabi melalui kata, perbuatan, dekrit, dan konfirmasi.*

*Sebagai hasil dari pengamatan yang dilakukan pada produk yang ada, ada banyak produk yang tidak mengikuti hukum Islam karena desain aslinya berasal dari negara-negara Barat. Misalnya, desain toilet dan toilet tidak sesuai untuk umat Islam. Namun, tanpa pilihan, umat Islam harus menggunakannya tanpa banyak kekhawatiran.*

### Produk Inovasi Terbaru untuk Muslim

Sebagai hasil dari pencarian web, kami menemukan beberapa produk khusus yang dirancang untuk kebutuhan umat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Di antaranya adalah produk untuk menyimpan kitab suci (Rehde Tajdeed), produk terkait kebersihan (Aquabean), produk meditasi (Subhan), pembersihan tubuh (WuduMate) dan kursi kuliah masjid (NR Bashirah).

Tajdeed Rehal Gambar 15 adalah gulungan yang unik karena dapat dilipat ke dalam tas dan menjadi gulungan saat dibuka. Ini seperti tas buku yang juga dapat digunakan sebagai meja kecil untuk membaca buku [Rehaltajdeed \(2009\)](#). Dengan menggunakan produk inovasi ini, umat Islam dapat dengan mudah membawa tulisan suci bersama dengan tulisan suci di mana saja. Mereka juga dapat menjaga set up lebih rapi karena buku. Selain itu, dengan menyimpan buku di dalamnya pengguna telah dapat menghemat ruang penyimpanan mereka.

Aquabean Gambar 16 adalah produk yang dirancang untuk menggantikan kertas toilet. Pembersihan berbasis air menghemat jutaan pohon agar tidak ditebang untuk menghilangkan kertas toilet [Aquabean \(2017\)](#). Desainnya yang unik, ringan, kontemporer, dan ramah pengguna memecahkan masalah seringnya tumpahan air saat menggunakan alas toilet. Subhan Gambar 17 adalah suar elektronik unik yang menggabungkan keindahan desain Islami dengan elektronik canggih [Subhan \(2019\)](#). Inspirasi untuk menghasilkan Subhan dimulai pada awal 2015. Selama lebih dari 1400 tahun umat Islam telah

menggunakan jari-jari mereka menggunakan manik-manik tradisional yang terbuat dari manik-manik ketika melakukan tindakan untuk mengenang Tuhan.

Ciptaan Subhan dengan demikian membuktikan teknologi terbaru ketika dikombinasikan dengan desain yang diilhami oleh Zaman Keemasan Islam masih dapat berfungsi sebagai zikir (mengingat Allah). WuduMate Gambar 19 adalah produk yang dirancang khusus untuk umat Islam untuk berwudhu. Desain ini memperhitungkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pembersihan anggota tubuh seperti lengan, wajah, dan preferensi yang diberikan untuk mencuci kaki. WuduMate dirancang dan dipasarkan oleh WuduMate Company, sebuah perusahaan yang didedikasikan untuk kebersihan pribadi dan perawatan kesehatan yang didirikan di Surrey Inggris pada 2007 [Wudumate \(2019\)](#). Memimpin industri ini, Perusahaan WuduMate memanfaatkan keahlian produk mereka ke pasar di seluruh Eropa, Timur Tengah, Afrika, Australia, Amerika Utara, dan Asia Tenggara.

WuduMate Company telah merilis tiga jenis produk asli: 1) WuduMate Compact dirancang khusus untuk penggunaan pribadi di rumah, 2) WuduMate Classic bertempat di sebuah bangunan komersial dengan pekerja Muslim atau dikunjungi oleh umat Islam seperti kantor, sekolah, rumah sakit, penjara, bangunan umum dan fasilitas rekreasi, dan 3) WuduMate Modular, desain modular inovatif, dirancang khusus untuk digunakan di masjid. Ini dapat digunakan dalam banyak situasi seperti berdiri, duduk dan ramah kursi roda. Akhirnya, kursi kuliah masjid NR Bashirah Gambar 18 adalah kursi serbaguna yang pertama di Malaysia. Ini adalah inovasi berbasis lantai yang benar-benar praktis untuk segala usia. Kursi ini mengutamakan ergonomi pengguna dalam memastikan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan nyaman, aman dan efektif. Kursi ini telah berperan penting dalam pengelolaan masjid dan suraus dalam mengejar koordinasi berbagai kegiatan pengumpulan pengetahuan di antara anggota qariah [Nrbashirah \(2019\)](#).

### Persyaratan untuk Inovasi Produk Ibadah

Islam muncul di Semenanjung Arab pada abad ke 7 Masehi ketika Nabi Muhammad menerima wahyu dari Allah. Setelah kematian Nabi Muhammad, Islam berkembang di hampir setiap sudut dunia. Menurut [and \(2018\)](#), populasi dunia pada 2018 diperkirakan 7,5 miliar orang dan dari 1,6 juta orang ini adalah Muslim. Islam adalah agama kedua setelah Kristen 2,2 miliar orang. Ada juga puluhan agama lain dengan jumlah penganut yang relatif besar seperti Ateis (7,4 juta), Hindu (1 miliar), Buddha (500 juta), Tradisional Cina (394 juta), Sikh (23 juta) Yahudi / Yahudi (14 juta) dan Shinto / Jepang (3-4 juta).

Statistik perubahan ukuran populasi (2010-2050) yang dilakukan oleh [Center \(2015\)](#) pada tahun 2050, Kristen akan tetap menjadi agama terbesar di dunia dengan 2,9 miliar orang. Namun, mengingat pertumbuhan Islam yang cepat (73%) dibandingkan dengan agama Kristen (35%) dan agama besar lainnya di dunia, jumlah Muslim dalam empat dekade mendatang (2050) akan lebih dekat dengan jumlah total Muslim Umat Kristen 2,7 miliar orang.

Statistik menunjukkan bahwa dari populasi Muslim di



FIGURE 14 | Desain troli untuk mengumpulkan kotak amal di masjid



FIGURE 15 | Rehal Tajdeed

seluruh dunia, menurut benua dan Muslim di Asia Tenggara, ditemukan bahwa tingkat pertumbuhan umat Islam lebih cepat daripada agama-agama lain di dunia. Meningkatkan kepatuhan terhadap Islam berarti bahwa permintaan akan produk-produk ibadah juga meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh para peneliti menemukan bahwa upaya untuk menghasilkan produk Islam (nyata) berdasarkan hukum Islam, baik oleh perorangan maupun perusahaan, masih pada tingkat yang rendah. Saat ini jika ada produk berdasarkan hukum Islam hanya difokuskan pada sistem keuangan, perbankan, pegadaian (produk tidak berwujud) serta produk kesehatan dan kecantikan. Sulit untuk mendapatkan produk yang sesuai syariah Islam di pasar saat ini meskipun permintaan tinggi untuk produk tersebut.

#### Produk Ibadah yang Berpotensi untuk dikembangkan

Berbagai produk yang cocok untuk digunakan oleh umat Islam di seluruh dunia dan di Asia Tenggara khususnya dapat dikembangkan. Statistik yang dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa ada permintaan yang sangat tinggi untuk produk ini mengingat pertumbuhan pesat umat Islam, yang melebihi 1,6 miliar penganut hingga saat ini. Tambahan 240 juta orang atau sekitar 40% dari populasi Muslim dunia berasal dari Asia Tenggara. Meningkatnya jumlah umat Islam, tentu saja, permintaan akan produk-produk keagamaan juga meningkat. Beberapa produk ibadah yang berpotensi untuk dikembangkan adalah sebagai berikut:

1. Produk sebelum melakukan sholat seperti tempat untuk berwudhu. Selain itu, produk-produk kebersihan pribadi seperti urin dan urin juga harus diberi perhatian khusus karena mereka juga berkaitan langsung dengan pemurnian



**FIGURE 16** | Aquabean



**FIGURE 17** | Subhan



**FIGURE 18** | NR. Bashairah



FIGURE 19 | WuduMate

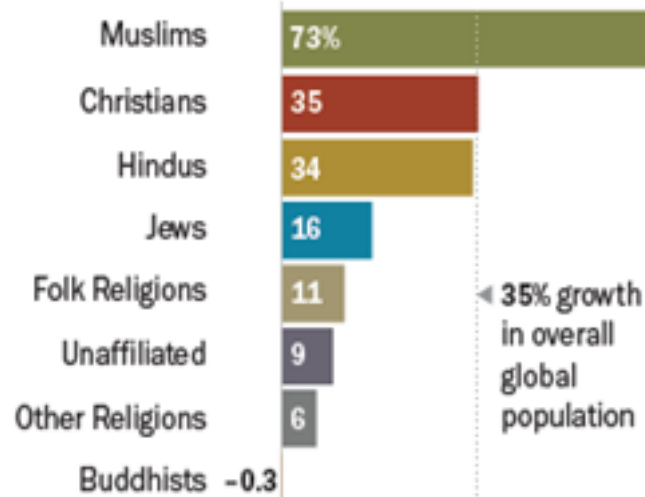


FIGURE 20 | Jangkaan perubahan saiz populasi penganut agama 2010-2050. Center (2015)

- Produk saat melakukan sholat seperti songkok / koriah, kain doa, telekung, doa dan kursi doa.
- Produk setelah melakukan sholat seperti tasbih, penyimpanan Alquran, yasin, doa sholat, sholat dan kain sholat.
- Produk untuk acara-acara masjid seperti kursi pembicara dan meja,
- Produk pakaian seperti jubah (pria dan wanita), syal dan sarung.
- Produk kecil seperti kapal, perlengkapan mandi, perlengkapan mandi, jam tangan, kompas, dan cincin.
- Produk penggunaan khusus di masjid-masjid seperti jam dinding, tabung sumbangan permanen dan kursi roda pada

hari Jumat.

- Produk yang terkait dengan ibadah haji dan umrah termasuk bagasi dan sandal.

Produk-produk manajemen tubuh seperti produk-produk pencuci tubuh, peti mati, gorden dan batu nisan.

#### Ciri-Ciri Desain Produk Ibadah Generasi Mendatang

Salah satu faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan produk ibadah masa depan adalah desain. *Feldstein (2017)*, generasi berikutnya berarti "lebih baik dari apa yang kita miliki sekarang". Dari sudut pandang desain produk dapat disimpulkan sebagai desain inovatif menggunakan bahan terbaru, teknologi dan proses produksi. Selain hal-hal

	2010 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2010	PROJECTED 2050 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2050	POPULATION GROWTH 2010-2050
Christians	2,168,330,000	31.4%	2,918,070,000	31.4%	749,740,000
Muslims	1,599,700,000	23.2	2,761,480,000	29.7	1,161,780,000
Unaffiliated	1,131,150,000	16.4	1,230,340,000	13.2	99,190,000
Hindus	1,032,210,000	15.0	1,384,360,000	14.9	352,140,000
Buddhists	487,760,000	7.1	486,270,000	5.2	-1,490,000
Folk Religions	404,690,000	5.9	449,140,000	4.8	44,450,000
Other Religions	58,150,000	0.8	61,450,000	0.7	3,300,000
Jews	13,860,000	0.2	16,090,000	0.2	2,230,000
World total	6,895,850,000	100.0	9,307,190,000	100.0	2,411,340,000

**FIGURE 21** | Saiz dan jangkaan pertumbuhan penganut agama utama di dunia 2010-2050. [Center \(2015\)](#)



**FIGURE 22** | Bekas air zam-zam yang terdapat di Masjidil Haram ini berpotensi untuk ditambah baik reka bentuknya sejajar dengan perkembangan semasa. Wadah air yang ditemukan di Masjid Suci memiliki potensi untuk meningkatkan desainnya sejalan dengan perkembangan saat ini

di atas, fitur-fitur desain ini juga akan menjawab setiap pertanyaan terkait dengan kelemahan yang diangkat oleh para peneliti sebelumnya (Lihat: Produk Ibadah di Malaysia dan Kelemahan). Sehubungan dengan pemahaman ini, beberapa faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan generasi produk ibadah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan daya jual bagi umat Islam di seluruh dunia adalah sebagai berikut:

### Penampilan Visual

Bentuk dan penampilan suatu produk terlihat dari luar [Ibrahim \(2008\)](#). Oleh karena itu, produk-produk generasi ibadah berikutnya yang akan ditawarkan kepada umat Islam harus menarik dan menarik. Anup Jain, General Manager, pemasaran merek Whirlpool India mengatakan bahwa visual yang menarik (indah) dapat menarik pelanggan. Dia menambahkan bahwa hal pertama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu produk (contoh: mesin cuci, kulkas, komputer, laptop atau televisi) bukanlah teknologi, tetapi desain dan warna produk [Joshi \(2006\)](#). Survei konsumen

menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen melakukan penilaian kosmetik pertama pada produk dan kemudian pada teknologi produk. Dengan demikian, produsen produk kelas dunia seperti Samsung, LG, Sony dan Whirlpool memfokuskan inovasi mereka pada desain produk untuk menarik konsumen [Joshi \(2006\)](#). Ini didukung oleh [Patel \(2011\)](#) yang menunjukkan bahwa ada empat fitur utama dari suatu produk yang dapat dipasarkan dan dua di antaranya terkait dengan desain sederhana dan sederhana yang inovatif dan berbeda dari produk yang ada di pasar.

### Harga Jualan

Harga produk baru adalah salah satu komponen terpenting dari strategi pemasaran. Harga adalah salah satu faktor penentu ketika memutuskan apakah akan membeli atau tidak. Oleh karena itu, produk-produk ibadah generasi mendatang yang ingin ditonjolkan oleh umat Islam harus ditawarkan dengan harga yang wajar dan kompetitif (kompetitif).

Penawaran harga semacam itu akan memungkinkan lebih banyak Muslim untuk memiliki produk yang mereka

butuhkan. [Intelligencenode \(2016\)](#), harga kompetitif adalah satu permainan untuk dimainkan. Harga kompetitif membutuhkan pengetahuan mendalam tentang pasar dan target pelanggan. Hal ini didukung oleh [Infiniti Research \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan strategi penetapan harga yang kompetitif, pedagang dapat terus memantau perubahan harga yang dimainkan oleh pesaing mereka.

Langkah-langkah tersebut memungkinkan pedagang untuk berurusan dengan perubahan harga oleh pesaing sementara pada saat yang sama mengendalikan perang harga. Pedagang perlu memiliki kecerdasan bisnis dan menggunakan teknologi yang tepat untuk menghasilkan strategi penetapan harga yang kompetitif ini.

#### **Identitas Lokal**

Desain generasi baru produk ibadah yang mengidentifikasi negara mereka masing-masing sangat penting karena memberikan banyak keuntungan terutama dengan perubahan teknologi dan pasar saat ini. Penerapan fitur lokal dalam desain produk sebagai strategi pemasaran produk di pasar internasional akan menambah nilai produk. Ini bukan sesuatu yang sangat sulit atau membutuhkan alokasi anggaran yang tinggi. Identitas suatu negara dapat ditekankan dan ditata melalui penggunaan simbol, motif, simbol atau bentuk dan warna yang diilhami oleh warisan budaya negara itu sendiri yang ditampilkan dalam produk atau media. [Ibrahim \(2008\)](#) mendesain, memproduksi dan akhirnya memasarkan produk identitas nasional sebagai melestarikan warisan bangsa dan memperkenalkan negara ke mata dunia. Dengan demikian, warisan budaya negara akan terus dilestarikan dan pada saat yang sama identitas nasional akan tercermin dengan jelas dalam desain dan pemasaran produk.

#### **Berteknologi Tinggi**

Produk teknologi tinggi secara langsung berkaitan dengan inovasi. [Hauser et al. \(2006\)](#) Tujuan utama inovasi adalah untuk memaksimalkan profitabilitas perusahaan dengan menciptakan produk baru dan memodifikasi produk yang sudah ada sementara produk teknologi tinggi adalah inovasi produk yang dapat diklasifikasikan ke dalam produk teknologi baru dan produk teknologi masa depan [Hatzichronoglou \(1997\)](#).

Produk berteknologi tinggi dapat menemukan solusi baru, menghasilkan perubahan signifikan di pasar yang ada atau membuka pasar baru. Produk penyembuhan generasi masa depan yang menerapkan teknologi terbaru atau teknologi yang dapat dikenakan saat produk dirancang harus diimplementasikan. Ini untuk memastikan bahwa produk yang akan dirilis sesuai dengan teknik, teknologi, dan standar saat ini atau di masa depan.

Salah satu contoh terbaik dari produk-produk ibadah generasi mendatang adalah produk Subhan yang membuktikan bahwa teknologi terbaru (elektronik) ketika dikombinasikan dengan desain Islami mampu menghasilkan produk-produk ibadah yang canggih dan sangat dipasarkan.

#### **Ergonomis**

Kenyamanan fisik dan kemudahan penggunaan dengan efek kelelahan minimal saat digunakan oleh pengguna adalah

fitur yang ergonomis. Selain itu, aspek yang terkait dengan ukuran tubuh, postur, atau gerakan pengguna juga harus diperhitungkan. Produk ibadah generasi baru yang ergonomis melibatkan "desain untuk penggunaan yang efektif," dengan mempertimbangkan kemampuan fisik dan keterbatasan pengguna [Boff \(2006\)](#); [Salvendy \(2012\)](#).

Kesesuaian pengguna dan produk atau disebut sebagai "kompatibilitas manusia" [Karwowski \(2005\)](#), analisis sifat fisik pengguna, aktivitas yang dilakukan dan kesesuaian produk selama aktivitas harus dilakukan. Penekanan khusus harus pada ukuran, bentuk, berat, konfigurasi produk dan kesesuaian produk selama operasi (operasi).

#### **Mematuhi syari'at Islam**

Produk generasi ibadah yang akan datang harus sesuai dengan hukum (peraturan) yang Allah SWT telah ungkapkan kepada umat manusia melalui Nabi Muhammad. Menurut [Ruajurai \(2015\)](#) Ruajurai (2015), semua sila yang diajarkan oleh Rasulullah adalah untuk kebaikan umat manusia. Ada banyak rahasia baik yang tersembunyi di dalamnya dan melalui penelitian dan pengetahuan modern satu per satu kebijaksanaan matahari ini dipahami.

Saat ini, ada banyak pilihan produk menarik yang dirilis tetapi tidak sesuai dengan hukum Islam yang sebenarnya karena dirancang dan diproduksi oleh non-Muslim. Beberapa contoh nyata yang bisa dibahas adalah desain toilet (urin) dan urinoir (urin). Meskipun dua desain yang kami gunakan saat ini terlihat sangat menarik dengan berbagai pilihan desain, mereka sebenarnya masih tidak sesuai dengan syariah yang diselenggarakan oleh Islam. Satu-satunya cara untuk menghilangkan air sesuai dengan doa kenabian adalah dengan berjongkok dan bersandar ke kiri dan menekan perut kiri. Satu-satunya cara untuk membuang urin adalah dengan memiringkannya ke kanan dan punggung Anda ke kanan. Tangan memijat bagian bawah pusat wanita, dan pria didorong untuk mengunyah tiga kali sehingga semua urin mengalir dengan lancar dan sempurna [Hazani \(2017\)](#).

Dengan demikian, berdasarkan pada Sunnah profetik ini, kita dapat menyimpulkan bahwa umat Islam sangat membutuhkan toilet dan desain urinoir sesuai dengan karakteristik Islam. Mengenai desain toilet, meskipun ada kesadaran akan manfaat menggunakan toilet (squat) dibandingkan dengan toilet duduk Gambar 23, dan ada produk terkait untuk dijual di seluruh dunia [Squattypotty \(2019\)](#) tetapi secara fundamental dihargai oleh hukum Islam. desain toilet masih kabur. Demikian pula, desain urinoir rata-rata masih belum sesuai dengan hukum Islam. Sebagian besar desain urinoir (pria) yang tersedia di pasaran saat ini masih dirancang Gambar 24.

Selain enam fitur utama dari desain yang dibahas sebelumnya, hal-hal penting lainnya termasuk kepatuhan dengan standar dan standar, kinerja, daya tahan, keselamatan, kemudahan pemasangan dan daya tahan suatu produk [Ibrahim et al. \(2019\)](#).



**FIGURE 23** | Kebaikan Tandas Cangkung. SquattyPotty (2019)



**FIGURE 24** | Urinoir Lelaki. Freepik.com (2020)

## KESIMPULAN

Cendekiawan Islam pernah dikenal karena banyak penemuan dan inovasi dalam sains dan teknologi. Oleh karena itu, untuk mengembalikan kejayaan ciptaan keilmuan Islam, langkah baru dalam penciptaan generasi masa depan dari inovasi produk ibadah untuk kepentingan umat Islam di seluruh dunia harus ditanggapi dengan serius oleh para pemangku kepentingan. Ini karena produk-produk ini sangat potensial untuk

dipasarkan di seluruh dunia karena ada lebih dari 1,6 juta Muslim di seluruh dunia dan 240 juta di Asia Tenggara saat ini. Ada berbagai produk ibadah yang memiliki potensi untuk berkembang dari produk ke doa ke produk terkait haji dan umrah. Oleh karena itu, dengan mengembangkan dan memproduksi produk ibadah ini dimungkinkan untuk menghasilkan kekayaan dan meningkatkan kualitas hidup umat Islam universal sesuai dengan persyaratan Islam.

## REFERENCES

(2019). *PRPM*.

Ahmad, M. S., Ibrahim, M., Omar, M. H., Abdullah, I., and Salem, A. A. H. (2020). Development of special product for early systematic training to muslim children in Terengganu. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering* 9, 136–142. doi: 10.35940/ijitee.B7307.019320.

Al-Hassani (2012). 1001 inventions. The enduring legacy of muslim civilization

(Washington, USA: National Geographic Society).

and, T. (2018). DATA TERBARU, Jumlah Penganut Agama di Dunia. <https://tumoutounews.com/2018/05/21/data-terbaru-jumlah-penganut-agama-di-dunia/>. (Accessed on 2020).

Aquabean (2017). Aquabean. <https://twitter.com/aquabean2014?lang=en>. (Accessed on 2020).

Boff, K. R. (2006). Revolutions and shifting paradigms in human factors & ergonomics. *Applied Ergonomics* 37, 391–399. doi: 10.1016/j.apergo.2006.04.



- 003.
- Center, P. R. (2015). The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050. <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050>. (Accessed on 2020).
- Dakwatuna (2018). <https://www.dakwatuna.com/2008/02/25/412/mengenal-syariat-islam-bagian-1/#axzz5dJXkSRP>.
- Dosm (2019). <https://www.dosm.gov.my/v1/>.
- entrepreneurs.com and Center (2020). LA VOIE ROYALE DES ENTREPRENEURS VERS LE SUCCÈS. <https://www.entrepreneurs.com/accueil>.
- Feldstein, M. (2017). What Is the Next Generation? What Is the next generation. <https://er.educause.edu/articles/2017/7/what-is-the-next-generation>. (Accessed on 2020).
- Freepik.com (2020). Urinals men public toilet Premium. Urinals men public toilet Premium. [https://www.freepik.com/premium-photo/urinals-men-public-toilet\\_3139348.htm](https://www.freepik.com/premium-photo/urinals-men-public-toilet_3139348.htm). (Accessed on 2020).
- Hatzichronoglou, T. (1997). Revision of the high-technology sector and product classification. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers* 97, 1–25.
- Hauser, J., Tellis, G. J., and Griffin, A. (2006). Research on Innovation: A Review and Agenda for Marketing Science. doi: 10.1287/mksc.1050.0144. <https://dx.doi.org/10.1287/mksc.1050.0144>.
- Hazani, S. (2017). Membuang Air Besar Mengikuti Cara Islam.. Subhanallah! Jangan Terkejut Apa Bakal Terjadi Kalau Tidak Amalkan.. <http://www.islamituindah.com.my/2017/10/membuang-air-besar-mengikuti-cara-islam.html>. (Accessed on 2020).
- Heritage, M. and Nizamoglu, C. (2016). The House of Wisdom: Baghdad's Intellectual Powerhouse. <http://muslimheritage.com/article/house-of-wisdom>. (Accessed on 2019).
- History, I. (2019). Islamic Golden Age. <http://islamichistory.org/islamic-golden-age/>.
- Ibrahim, M. (1999). The role of the industrial designer in Malaysian small and medium industries (Newcastle, UK: University of Northumbria at Newcastle).
- Ibrahim, M. (2008). An adaptation of Malaysian identity in furniture designs, 28–30.
- Ibrahim, M. (2019). The innovation of worship products for the future generation. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 4332–4339.
- Ibrahim, M., Omar, M. H., Abdullah, I., Ahmad, M. S., and Sh.Yusoff, S. A. T. (2019). The innovation of worship products for the future generation, *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)* 9, 4332–4339. doi: 10.35940/ijitee.A4977.119119.
- Intelligenode (2016). Competitive pricing strategy : see how products are priced. Competitive pricing strategy : see how products are priced. <https://www.intelligenode.com/blog/competitive-pricing-strategy-see-products-priced/>. (Accessed on 2020).
- Jakim (2012). Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. <http://ii.islam.gov.my/articles/ibadah/pengertian-ibadah.php>.
- Joshi, P. (2006). What makes a product saleable? What makes a product saleable. <https://www.rediff.com/money/2006/may/26sale.htm>. (Accessed on 2020).
- Karwowski, W. (2005). Ergonomics and human factors: the paradigms for science, engineering, design, technology and management of human-compatible systems. *Ergonomics* 48, 436–463. doi: 10.1080/00140130400029167.
- Malaysia3C.com (2020). 30 Jenama tempatan Malaysia yang disangka brand internasional. 30 Jenama tempatan Malaysia yang disangka brand internasional. <http://malaysia3c.com/30-jenama-tempatan-malaysia-yang-disangka-brand-internasional/#.Xpuqq8gzbIU>. (Accessed on 2020).
- Metmuseum (????). Astrolabe of 'Umar ibn Yusuf ibn 'Umar ibn 'Ali ibn Rasul al-Muzaffari. <https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/91.1.535a-h/>. (Accessed on 2019).
- Musa, M. Z. (2012). Perkembangan Islam di Asia Tenggara: Kajian Kemboja. *Salam : Jurnal Studi Masyarakat Islam* 15, 215–227.
- Muslim and Jafoufi, K. E. (2017). Everyone Should Know The Brilliant Man Who Developed The First Camera Obscura. <https://mvslim.com/islam-and-science-ibn-al-haytham-the-eye-of-physics/>. (Accessed on 2019).
- Nrbashirah (2019). Pusat Rujukan Persuratan Melayu, Dewan Bahasa dan Pustaka, Malaysia. [http://www.nrbashirah.com/?page\\_id=845](http://www.nrbashirah.com/?page_id=845).
- Patel, N. (2011). 4 Ways To Create A Product That Sells Itself. <https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/4-ways-to-create-a-product-that-sells-itself/>. (Accessed on 2020).
- PRPM (2019). Pusat Rujukan Persuratan Melayu, Dewan Bahasa dan Pustaka, Malaysia. <http://prpmv1.dbp.gov.my/Search.aspx?k=produk>. (Accessed on 2019).
- Rafie, M. A. (2018). Sejarah masuknya Islam ke Indonesia. Sejarah masuknya Islam ke Indonesia. <https://kumparan.com/muhamad-alief-raffie/sejarah-masuknya-islam-di-indonesia>. (Accessed on 2019).
- Rahman, A. A. (1989). Islam dalam sejarah Asia Tenggara tadisional (Pulau Pinang Malaysia: Penerbit Universiti Sains Malaysia).
- Rehaltajdeed (2009). REHAL TAJDEED DDBS BLOG. Available:rehaltajdeed.wordpress.com/2009/10/08/rehaltajdeed/. (Accessed on 2020).
- Republika, Pratiwi, F., and Sasongko, A. (2017). Kincir Angin Hama. <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-digest/17/08/29/ovfpe2313-kincir-angin-hama>. (Accessed on 2019).
- Research, I. (2019). COMPETITIVE PRICING: A STRATEGY TO MAXIMIZE BUSINESS PROFITS AND ACHIEVE GROWTH. <https://www.infiniteresearch.com/thoughts/advantages-competitive-pricing>. (Accessed on 2020).
- Review, W. P. (2020). Muslim Population By Country 2020. <http://worldpopulationreview.com/countries/muslim-population-by-country/>.
- Ruajurai, S. (2015). 3 Sunnah Rasulullah SAW, Maka Tidak Perlu Rumah Sakit dan Dokter. TAUHID NEWS ONLINE. <https://tauhidnewsonline.wordpress.com/2015/07/19/3-sunnah-rasullah-saw-maka-tidak-perlu-rumah-sakit-dan-dokter/>. (Accessed on 2020).
- Saifullah, S. A. (2008). Umat Islam di Filipina Selatan sejarah, perjuangan dan rekonsiliasi Islamica. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 3, 54–75. doi: <https://doi.org/10.15642/islamica.2008.3.1.54-75>.
- Salvendy, G. (2012). Handbook of Human Factors and Ergonomics, 4th ed 2012 (New Jersey: Wiley and Sons).
- Sanurdi, S. (2018). ISLAM DI THAILAND. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 10, 379–390. doi: 10.32489/tasamuh.42.
- Squattypotty (2019). Squatty Potty Malaysia. <https://squattypotty.my/>. (Accessed on 2020).
- Subhan (2019). LaunchGood. Subhan. [https://www.launchgood.com/project/subhan\\_a\\_new\\_tool\\_for\\_dhikr#!/](https://www.launchgood.com/project/subhan_a_new_tool_for_dhikr#!/). (Accessed on 2020).
- Wikipedia (2019). Islam di Malaysia. [https://ms.wikipedia.org/wiki/Islam\\_di\\_Malaysia#cite\\_note-10](https://ms.wikipedia.org/wiki/Islam_di_Malaysia#cite_note-10). (Accessed on 2019).
- Wudumate (2019). WuduMate for ablution appliances for the home, workplace and Mosque. <http://www.wudumate.com/our-story/about-us>. (Accessed on 2020).

**Conflict of Interest Statement:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © 2020 Ibrahim and Jakaria. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.