

Tren Penerbitan Mushaf dalam Komodifikasi al-Qur'ān di Indonesia

Eva Nugraha

Fakultas Ushuluddin, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
anugrahtuhan@yahoo.com

Abstract: *As a sacred entity, muṣḥaf of the Qur'ān has long been the commodified objects. In Indonesia, it has been over 150 years published and marketed with its various forms. In the last 10 years, Qur'ānic publishing phenomenon in Indonesia has developed in the new form and appearance, both in terms of content and accompanying theme. From this background, this paper wants to examine the question: how the Qur'ānic publishers present, publish and market the product of the Qur'ānic muṣḥaf, which eventually became a trend in publishing the Qur'ān in Indonesia?*

Keywords: *Commodification, Qur'ānic muṣḥaf, Publication, Contemporary muṣḥaf, Trend*

Abstraksi: *Sebagai sesuatu yang disucikan, mushaf (Arab: muṣḥaf) al-Qur'ān telah lama menjadi obyek yang dikomodifikasi. Sudah lebih dari 150 tahun mushaf diterbitkan dan dipasarkan di Indonesia dengan berbagai bentuknya. Fenomena penerbitan al-Qur'ān di Indonesia pada 10 tahun terakhir mengalami perkembangan dalam bentuk dan tampilan, baik dari sisi konten maupun tema yang menyertainya. Atas latar belakang itulah, paper ini ingin menguji pertanyaan: bagaimana para penerbit al-Qur'ān menyajikan dan memasarkan produk mushaf al-Qur'ān yang akhirnya menjadi tren dalam penerbitan mushaf al-Qur'ān di Indonesia?*

Katakunci: *Komodifikasi, Mushaf al-Qur'ān, Penerbitan, Mushaf kontemporer, Tren*

“The market consists of many types of customers, products, and needs. The marketer must determine which segments offer the best opportunities. Consumers can be grouped and served in various ways based on geographic, demographic, psychographic, and behavioral factors.” (Philip Kotler and Gary Armstrong)

Pendahuluan¹

“Inilah paket al-Qur'an yang memberikan panduan hidup TERLENGKAP

¹ Paper ini adalah bentuk revisi dari makalah yang pernah disajikan dalam Seminar Nasional dengan tema “Religion and Pop Culture: Komodifikasi Agama dalam Budaya Pop di Indonesia,” di Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Senin 21 April 2014. Judul awal makalah ini adalah “Quranifikasi Produk dan Tematisasi Mushaf: Trend Penerbitan Mushaf al-Qur'ān di Indonesia Kontemporer,” yang pernah disajikan pada International Conference on Quranic Studies yang diselenggarakan di Auditorium Utama UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tanggal 15-16 Februari 2014. Setelah berdiskusi dengan beberapa kolega, saya melakukan beberapa perubahan di dalamnya. Saya haturkan terima kasih pada Om Ismet dan Om Dadi atas diskusi mereka. Penulis sedang melakukan penelitian disertasi tentang “Komodifikasi dan Sakralitas Kitab Suci” pada program Doktor Kajian Islam, Konsentrasi Tafsir Hadits, di Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

dan PRAKTIS, karena mencakup 66 konten dalam satu paket al-Qur'an,” begitulah sebagian pesan yang disampaikan oleh salah satu penerbit mushaf² al-Qur'ān untuk mengajak kaum Muslim Indonesia untuk membeli produknya, *Miracle the Reference*

² Kata ini memang bukan bahasa Arab asli, melainkan kata serapan (*loanword*) dari Abyssinia (Ethiopia.) Pada bentuk bahasa Arab yang benar kata *muṣḥaf* diucapkan dengan *maṣḥaf*. Lih. J. Pedersen, *Fajar Intelektualisme Islam: Buku dan Sejarah Penyebaran Informasi di Dunia Arab*, terj. Alwiyah Abdurrahman (Bandung: Mizan, 1996), 134. Adapun orang yang diasumsikan sebagai orang bertanya yang menyebutkan kumpulan *ṣuḥūf* sebagai mushaf adalah, Sālim b. 'Ubayd b. Ma'qil Mauwālā Abū Ḥudzayfah. Lih. Claude Gilliot, “Reconsidering the Authorship of the Qur'ān” dalam Gabriels Said Reynolds (ed.), *The Qur'ān in Its Historical Context* (London: Routledge, 2008), 94.

66 in 1 (MTR.)³ Penerbit lainnya menerbitkan mushaf al-Qur'ān dengan 101 konten tambahan dalam satu mushaf dengan nama *Al-Qur'an Cordoba the Amazing 101 in 1* (QCTA.)⁴ Bagi mereka yang mengenal hanya mushaf konvensional mungkin akan muncul pertanyaan apa saja konten yang masuk ke dalam dua contoh produk al-Qur'ān di atas. Apakah semua konten 66 dan 101 terkait langsung dengan kajian al-Qur'ān? Dari hasil penelusuran sederhana penulis, ternyata 44 konten MTR dan 68 konten dari QCTA tidaklah terkait langsung dengan kajian al-Qur'ān. Apa yang sedang terjadi pada penerbitan al-Qur'ān, sehingga para penerbit berlomba-lomba melampirkan sejumlah konten tambahan? Apakah ini bagian dari strategi marketing?

Atas latar belakang itulah, paper ini ingin menguji pertanyaan: bagaimana para penerbit al-Qur'ān menyajikan dan memasarkan produk mushaf al-Qur'ān yang akhirnya menjadi tren dalam penerbitan mushaf al-Qur'ān di Indonesia? Segmenasi pasar seperti apa yang disasar dalam pemasaran produk mushaf?

³ Penerbit Sygma pada tahun 2009 menerbitkan *The Miracle 15 in 1*. Pada tahun 2010 ia menerbitkan *Miracle the Reference 22 in 1*. Dengan demikian penerbitan *Miracle the Reference 66 in 1* merupakan upaya tambahan dari pihak penerbit agar orang yang awalnya hanya memiliki terbitan 2009 bisa juga membeli yang terbitan 2013 karena ada konten tambahan.

⁴ Mushaf al-Qur'ān ini terbitan Cordoba, di dalamnya disajikan sejumlah konten yang menitikberatkan pada qira'at al-Qur'ān.

Dari sisi kajian al-Qur'ān, tulisan ini ingin memberikan sedikit sumbangan atas perkembangan terbaru dari penerbitan mushaf al-Qur'ān di Indonesia. Mengapa menjadi penting?, karena seakan-akan kajian atas mushaf telah berhenti pasca kompilasi al-Qur'ān masa 'Utsmān ibn 'Affān. Padahal saat penulis merujuk pada buku *Taṣnīf 'Ulūm al-Qur'ān*, disebutkan bahwa pencetakan al-Qur'ān (*tibā'ah al-muṣḥaf*) termasuk ke dalam kajian ilmu al-Qur'ān dan berada di bawah kategori *jam' al-Qur'ān*.⁵ Dari sisi lainnya, makalah ini ingin menguatkan pandangan bahwa apapun yang ada di dunia ini bisa menjadi komoditas, termasuk di dalamnya mushaf al-Qur'ān.⁶

Dengan menggunakan pendekatan komodifikasi agama, penulis menganalisis sejumlah mushaf al-Qur'ān dari empat

⁵ *Jam' al-Qur'ān* adalah terminologi untuk menunjukkan pada proses pembentukan al-Qur'ān dari yang bersifat oral dan *aural* ke dalam bentuk kitab tertulis. Kata *jam'* bermakna mengumpulkan, baik dari hafalan maupun tulisan para sahabat. Lih. Ahmad von Denffer, *Ulum al-Qur'an: An Introduction to the Sciences of the Qur'an (Koran)* (Leicestershire, UK: The Islamic Foundation: 2011), 20. Bila diurai secara urutan maka kajian di bawah *jam' al-Qur'ān*, salah satunya, adalah kajian tentang mushaf. Dalam kelompok kajian mushaf secara berurut terdapat 7 kategori kajian: 1) *kitābah al-Qur'ān* (penulisan al-Qur'ān); 2) *rasm al-muṣḥaf* (ortografi al-Qur'ān), 3) *ḍabt al-muṣḥaf* (kesesuaian pemberian harakat), 4) *tibā'ah al-muṣḥaf* (percetakan *muṣḥaf*), 5) *aḥkām al-muṣḥaf* (hukum-hukum dalam penulisan mushaf), 6) *al-ḥifẓ al-ṣawṭī* (ketepatan pengucapan), 7) tarjamah al-Qur'ān. Lih. Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah, *Taṣnīf 'Ulūm al-Qur'ān* (Jeddah: Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah, 1430 H.), 2.

⁶ Lih. Eva Nugraha, "Saat al-Qur'ān menjadi Komoditas: Beberapa Usulan Standarisasi Komodifikasi Mushaf al-Qur'ān" dalam *Al-Qur'ān antara Teks dan Realitas* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'ān, 2013.)

penerbit mushaf al-Qur'ān di Indonesia. Data yang terkumpul akan dikategorisasi berdasarkan tren penerbitan yang kemudian dianalisis menggunakan Ansoff Matrix. Ansoff Matrix digunakan untuk membedah alasan *marketing*, dan melacak apa tujuan memasarkan satu produk mushaf, berikut segmenasi pasar seperti apa yang disasar.⁷

Tulisan ini disajikan dalam 5 bagian: *pertama*, pendahuluan; *kedua*, memahami komodifikasi al-Qur'ān; dan *ketiga*, tren 1: penambahan konten lampiran mushaf; *keempat*, tren 2: pemberian tema pada produk mushaf; dan *kelima*, penutup.

Memahami Komodifikasi al-Qur'ān

Menurut Pattana Kitiarsa, salah satu definisi komodifikasi ada dalam *The Oxford Dictionary of English* terbitan tahun 1989. Penjelasan komodifikasi pada kamus tersebut adalah, “*The action of turning something into, or treating something as, a (mere) commodity; commercialization an activity, and so on, that is not by nature commercial*”

⁷ Dalam Ansoff matrix tujuan pemasaran terbagi pada empat kategori: 1) *Existing products in existing segments* (memasarkan produk-produk yang telah ada untuk segmen yang telah ada.) Upaya ini dilakukan dengan cara penetrasi pasar (*market penetration*.) Biasanya berisi semua produk untuk semua segmen pasar; 2) *New products in existing segments* (menawarkan produk baru untuk segmen pasar yang telah ada dengan cara melakukan *product development*); 3) *Existing products in new segments* (menawarkan produk yang telah ada pada segmen baru dengan cara perluasan segmen pasar (*segment extension*)); 4) *New products in new segments* (menawarkan produk baru pada segmen terbaru dengan cara diversifikasi produk. Lih. Malcolm McDonald dan Ian Dunbar, *Market Segmentation: How to Do It, How to Profit from It* (Oxford: Elsevier, 2004), 389-90.

(Upaya untuk menjadikan sesuatu, atau memperlakukan sesuatu hanya sebagai komoditas; sebuah aktifitas untuk mengomersialkan sesuatu yang secara alamiah bukan barang komersial.)⁸ Ia pun menyebutkan ada 3 hal yang menjadi dampak dari komodifikasi agama: fundamentalisme, desekularisasi, dan *pietism*. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut: 1) *global concerns over fundamentalism and militant religious movements* (perhatian dunia atas marak fundamentalisme dan gerakan militansi keagamaan, 2) *some persisting criticisms over the secularization thesis* (ada sejumlah kritik yang terus menerus mengoreksi tesis sekularisasi, 3) *growing trends of privatizing piety and religiosity* (pertumbuhan tren yang menjadikan kesalehan dan keberagaman menjadi sangat privat.)⁹

Kajian komodifikasi agama merupakan sebuah kajian yang lahir untuk menunjukkan ketetapan-berhadiran agama di ruang publik. Agama yang diprediksi akan hilang karena arus industrialisasi, modernisasi dan sekularisasi, ternyata semakin menunjukkan keberadaannya, terutama untuk kasus di Asia.¹⁰ Bagi penulis, salah satu bentuk dari

⁸ Pattana Kitiarsa, “Introduction: Asia’s Commodified Sacred Cannofies” dalam Pattana Kitiarsa (ed.), *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods* (London & New York: Routledge, 2008), 6.

⁹ Pattana Kitiarsa, “Toward Sociology of Religious Commodification,” dalam Bryan S Turner, *The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion* (West Sussex: Willey-Blackwell, 2010), 569.

¹⁰ Pattana Kitiarsa, “Toward Sociology of Religious Commodification,” 569.

kehadiran tersebut adalah marak penerbitan al-Qur'ān di Indonesia. Dengan ruang pasar yang masih sangat luas, para penerbit mushaf al-Qur'ān di Indonesia berupaya untuk memproduksi dan memasarkan ragam bentuk, model, tipe mushaf baru, sehingga melahirkan genre baru mushaf. Sekalipun demikian, komodifikasi al-Qur'ān tidak hanya pada industri penerbitan al-Qur'ān, akan tetapi termasuk di dalamnya: kursus baca tulis al-Qur'ān, qāri' profesional, dan lain-lain.

Pada buku-buku klasik seperti *Faḍā'il al-Qur'ān* karya Abū 'Ubayd al-Qāsim ibn Salām al-Ḥarawī (awal abad ke 3 H.); *Faḍā'il al-Qur'ān* karya Ibn al-Ḍurays (akhir abad ke 3 H.); *Faḍā'il al-Qur'ān* karya al-Nasā'ī (akhir abad ke 3 H.),¹¹ dan *Kitāb al-Maṣāḥif* karya Ibn Abī Dāwud¹² dan *al-Itqān* karya al-Suyūṭī,¹³ dikatakan sebenarnya persoalan boleh tidak jual-beli mushaf telah menjadi perhatian para sahabat Nabi. Maka komodifikasi mushaf al-Qur'ān pun sudah

lama dilakukan. Cortese mengategorisasi dua kelompok sahabat. Pertama, *the protectionists*, dan kedua, *the free-marketers*. *The protectionists* adalah mereka yang ingin menjaga keagungan al-Qur'ān. Sedangkan kelompok *the free-marketers* adalah mereka yang menganggap bahwa tulis-menulis merupakan profesi yang layak untuk diberi upah dan layak diperjual-belikan.¹⁴

Saat ini kontestasi para penerbit untuk merebut minat kaum Muslim dalam membeli al-Qur'ān memang cukup beralasan. Data BPS hasil sensus tahun 2010 menunjukkan bahwa ada 207.176.162 jiwa jumlah umat Islam di Indonesia.¹⁵ Jika diasumsikan per keluarga (5 orang) harus memiliki mushaf maka akan dibutuhkan 41,7 juta eksemplar mushaf al-Qur'ān. Sedangkan ketersediaan mushaf hanya 5 juta eksemplar per tahun.¹⁶ Dengan demikian, masih banyak peluang untuk mengisi kekosongan produksi tersebut.

¹¹ Ketiga kitab di atas adalah bagian dari pelacakan Asma atas kitab-kitab yang menjelaskan keutamaan al-Qur'ān, Lih. Asma Afsaruddin, "The Excellences of the Qur'ān: Textual Sacrality and the Organization of Early Islamic Society," *Journal of the American Oriental Society*, Vol. 122, No. 1 (Jan.-Mar., 2002), 8-10, diunduh dari <http://www.jstor.org/stable/3087649> (diakses 26 Mei 2011.)

¹² Ibn Abī Dāwud Abū Bakr 'Abdullāh b. Sulaymān b. al-Aṣ'at al-Sijistānī al-Ḥanbalī, *Kitāb al-Maṣāḥif*, taḥqīq dan naqd Muḥib al-Dīn 'Abd al-Subḥān Wā'iz (Beirut: Dār al-Baṣā'ir al-Islāmiyyah, 2002), cet. 2.

¹³ Abū al-Faḍl Jalāl al-Dīn 'Abd al-Raḥmān ibn Abī Bakr al-Suyūṭī, *al-Itqān fī 'Ulūm al-Qur'ān*, taḥqīq Markāj al-Dirāsāt al-Qur'āniyyah (Madīnah: Maktab al-Mālik Fahd li Ṭibā'ah al-Muṣḥaf al-Syarīf, t.t.)

¹⁴ Delia Cortese, "The Commodification of the Mushaf in early Century of Islam" dalam *Writings and writing from another world and another era: investigations in Islamic text and script in honour of Dr. Januarius Justus Witkam, Professor of Codicology and Palaeography of the Islamic World at Leyden University* (Cambridge: Archetype Press, 2010), 44-53.

¹⁵ Data Sensus Penduduk 2010 Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, diunduh dari: sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabelprint?wid=0000000000&tid=321&lang=id&fi1=58&fi2=3

¹⁶ Rubaya Thalib, "Perspektif Penataan Penerbit dan Percetakan al-Qur'an di Indonesia" dalam *Hidayatullah.com* tanggal 7 Maret 2013, diunduh dari <http://www.hidayatullah.com/read/2013/03/07/2002/perpektif-penataan-penerbit-dan-percetakan-al-quran-di-indonesia.html>

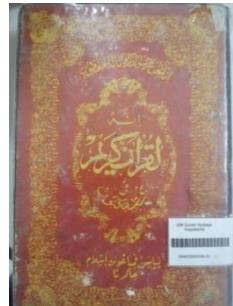
Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu penerbit,¹⁷ terkuak satu alasan mengapa harus pula menyajikan dan memproduksi mushaf al-Qur'ān yang berbeda dari mushaf konvensional. Ini karena ada kelas menengah¹⁸ Muslim Indonesia yang membutuhkan asupan informasi tambahan, yang tidak hanya teks Arab al-Qur'ān dan terjemahnya, akan tetapi lebih komprehensif juga terarah. Hal ini sejalan dengan konsepsi penerbitan yang pada hakekatnya memiliki karakter untuk memublikasi sesuatu yang menyenangkan, mendidik, dan memberikan informasi. Adapun tujuan dasar dari bisnisnya adalah memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pembaca atau pengguna akhir (*end-user*.)¹⁹

¹⁷ Wawancara dengan Pak Adi dari penerbit Sygma Publishing pada bulan Agustus 2013.

¹⁸ "Kelas menengah adalah kelompok masyarakat yang memiliki kualitas hidup (*quality of life*) yang lebih baik. Mereka menikmati pendidikan yang lebih baik, kesehatan yang lebih baik, rumah yang lebih mahal dan besar, makanan yang lebih berkualitas, dan mereka mulai menikmati hiburan yang memadai." Data ADB menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan kelas menengah yang cukup signifikan. "Kelas menengah Indonesia melonjak hampir dua kali lipat selama 10 tahun dari 45 juta penduduk menjadi 93 juta. Kalau tahun 1999 jumlah kelas menengah hanya 25% dari total penduduk, maka pada tahun 2009 menjadi 45%." Tim Riset Center for Middle-Class Consumer Studies (CMCS), *Executive Summary: Indonesia Middle-Class Consumer Report 2013: Uncovering the Aspirations, Values, and Behaviors* (Jakarta: CMCS & Majalah SWA, 2013), 4. Diunduh dari www.CONSUMER3000.net. Bahkan majalah *The Economist* memrediksi bahwa jumlah kelas menengah di Indonesia pada tahun 2014 akan mencapai 150 juta jiwa. "Indonesia's Middle Class: Missing BRIC in the wall" *The Economist* edisi Juli 2011, diunduh dari: www.economist.com/node/18989153/print.

¹⁹ Albert N. Greco, *The Book Publishing Industry*, edisi ke 2 (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, 2005), 5.

Tren 1: Penambahan Jumlah Konten Lampiran



Sebelum melacak penambahan jumlah konten pada mushaf-mushaf kontemporer, ada baiknya dipahami terlebih dahulu bagaimana kondisi fisik dan konten yang menyertai mushaf konvensional di Indonesia.

Mushaf Konvensional Indonesia dan Kontennya

Penerbitan dan percetakan mushaf al-Qur'ān di Indonesia sudah lama dimulai. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Muslim Nusantara sudah mencetak al-Qur'ān dalam bentuk litograf sejak tahun 1848.²⁰

²⁰ Keterangan mengenai awal percetakan Mushaf al-Qur'ān di Nusantara dicatat pada artikel-artikel berikut: Rosehan Anwar, "Mushaf Kuno di Palembang," dalam Fadhal R Bafadhal dan Rosehan Anwar (ed.), *Mushaf-mushaf Kuno di Indonesia* (Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 2005), 68-71. Anwar melakukan penelusuran filologis atas naskah cetak mushaf-mushaf kuno di Palembang yang salah satunya milik keluarga Muhammad Azhari; Jeroen Peeters, "Palembang Revisited: Further Notes on the Printing Establishment of Kemas Haji Muhammad Azhari," *International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995*, 181-90; I. Proudfoot, "Lithography at the Crossroads of the East," dalam *Journal of the Printing Historical Society* 27 (1998), 113-31; I. Proudfoot, "Mass producing Houris's Moles," dalam P. Riddell and T. Street (eds.), *Islam: Essays on Scripture, Thought and Society* (Leiden: Brill, 1997); Ian Proudfoot "Malay Book Printed in Bombay: A Report on Sources for Historical Bibliography," dalam *Kekal Abadi*, 1994, 13 (3): 1-20; Ian Proudfoot, "Early Muslim Printing in Southeast Asia," dalam *Libri* 1995: vol. 45. 216-23. Catatan tambahannya ada pada tulisan Martin van Bruinessen. Dalam sub artikelnya ia

Sejumlah orang peneliti dari Lembaga Pentashihan Mushaf al-Qur'an (LPMA) seperti Syukri²¹ Arifin²² dan Ali Akbar²³ adalah sedikit orang yang telah menelusuri dan mengaji atas karya cetak mushaf Indonesia dari tahun 1848-2010. Untuk memberikan pembeda pada mushaf konvensional, Ali Akbar berkesimpulan

menjelaskan beberapa penerbit kitab kuning yang ada di Nusantara sejak tahun 1854-1978. Lih. Martin van Bruinessen, *Kitab Kuning: Books in Arabic Script Used in the Pesantren Milieu* (Leiden: Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde 146, 1990), 226-69.

²¹ Ia menjelaskan perkembangan mushaf al-Qur'an yang ada di Indonesia sejak abad 19 hingga pertengahan abad 20. Ia melakukan penelusuran dari mushaf cetakan Palembang hingga al-Qur'an terjemahan aksara Jawa pada tahun 1935. Abdul Hakim Syukrie, "Mushaf al-Qur'an yang ada di Indonesia sejak abad 19 hingga pertengahan abad 20," dalam Ali Akbar (ed.), *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011), 21-6.

²² Zaenal Arifin "Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Usmani Indonesia, 1974-1983 (Studi Naskah Dokumentasi Musyawarah Kerja (Muker) Ulama al-Qur'an I-IX)," *Laporan Penelitian* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat, 2011) tidak diterbitkan; Zainal Arifin M, "Mengenal Mushaf al-Qur'an Standar 'Usmani 1983 dan 2002,'" *SUHUF* vol. 4, No. 1, 2011: 1-22. Penulis berasumsi bahwa dua nama di atas merupakan orang yang sama, yaitu Zaenal Arifin, hanya saja penulisan nama yang tercantum di jurnal *SUHUF* dibuat sengaja sesuai dengan akun email Zaenal Arifin: zainalarifinmadzkur@gmail.com. Penjelasan lebih awal dari pelaku sejarah bisa dilihat di E. Badri Yunardi "Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Indonesia," dalam *Jurnal Lektur Keagamaan*, 2005, 3 (2): 279-300.

²³ Ali Akbar, "Pencetakan Mushaf al-Qur'an di Indonesia" *SUHUF* vol.4, No. 2, 2011:271-87; Ali Akbar, "Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qur'an Sejak 1950an Sampai Saat ini," dalam Ali Akbar (ed), *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011), 27-32. Kedua artikel tersebut memiliki tulisan yang hampir sama, hanya saja artikel kedua dibuat, sepertinya merupakan ringkasan dari artikel pertama.

bahwa mushaf-mushaf Indonesia kontemporer telah disajikan secara inovatif dan kreatif.²⁴

Mushaf konvensional Indonesia yang dimaksudkan oleh penulis adalah mushaf-mushaf yang dicetak di Indonesia dengan model, tipe dan konten yang lebih baku. Produk mushaf yang berisi teks al-Qur'an dan belum mengalami inovasi design tampilan cover ataupun lampiran konten tambahan, sebagaimana dijelaskan di bawah.

Konten mushaf konvensional tahun 50an terdiri atas: 1) *Asmā' al-Ḥusnā*, 2) Faḍīlah (keutamaan) membaca al-Qur'an, 3) Adab tatasusila membaca al-Qur'an, 4) Keterangan tempat ayat sajdah, 5) Doa *khatm al-Qur'an*, 6) Penjelasan tentang *rumūs waqf*, 7) *Fahras juz*, 8) *Fahras surat*, 9) *Kitāb tajwīd*, 10) Keterangan tanda *waqf*, 11) *Makhārij al-ḥurūf*, 12) Gambar mulut dengan tulisan huruf-huruf Hijā'iyah, 13) Surat izin mencetak al-Qur'an, 14) Surat tanda *taṣḥīh* dan *Asmā' al-Ḥusnā*.²⁵

Konten mushaf konvensional tahun 60an: 1) *Fahras surat* dan *fahras juz*, 2) Doa-doa dari al-Qur'an, 3) Doa *khatm al-Qur'an*, 4) Penjelasan tentang rumus *waqf*. 5) *Kitāb tajwid*, 6) Surat tanda *taṣḥīh*.²⁶

²⁴ Ali Akbar, "Pencetakan Mushaf al-Qur'an di Indonesia," 271-87; Ali Akbar, "Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qur'an Sejak 1950an Sampai Saat ini," 27-32. Kedua artikel tersebut memiliki tulisan yang hampir sama, hanya saja artikel kedua dibuat sepetinya merupakan ringkasan dari artikel pertama.

²⁵ *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Bandung: NV. Al-Ma'arif Bandung, 1957)

²⁶ *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Bandung: CV. Dipenogoro Bandung, 1968)

Konten mushaf konvensional tahun 70an: 1) Doa khatm al-Qur'ān, 2) Fahras juz dan surat, 3) Surat tanda taṣḥīḥ, 4) Kitab tajwid, 5) Fadilah keutamaan membaca al-Qur'ān, 6) Adab tatasusila membaca al-Qur'ān, 7) Keterangan tempat ayat sajdah, 8) Doa yang dibaca ketika sujud sahwī, 9) Keterangan tanda waqf, 10) *Makhārij al-ḥurūf*, 11) Gambar mulut dan huruf Hijā'iyah.

Konten mushaf konvensional 80an: 1) Asmā' al-Ḥusnā, 2) Sambutan Menteri Agama RI pada penerbitan al-Qur'ān standar, 3) Maklumat penting, 4) Surat tanda taṣḥīḥ, 5) Keutamaan-keutamaan al-Qur'ān, 6) Adab membaca al-Qur'ān, 7) Doa-doa dari al-Qur'ān, 8) Doa khatm al-Qur'ān, 9) Fahras surat, 10) Ma'lūmāt, 11) Penjelasan tanda-tanda waqf, 10) Rumus yang dipergunakan dalam al-Qur'ān, 12) Kitab tajwid, 13) Ayat sajdah, 14) Doa-doa yang dibaca ketika sujud sahwī dengan kandungan ayat-ayat, 15) Fahras juz, 16) Fahras surat dan 17) Asmā' al-Ḥusnā.²⁷

Konten mushaf konvensional 90an: 1) Asmā' al-Ḥusnā, 2) Sambutan Menteri Agama RI pada penerbitan al-Qur'ān standar oleh para penerbit swasta, 3) Tanda taṣḥīḥ, 4) Keutamaan al-Qur'ān, 5) Tata cara membaca al-Qur'ān, 6) Doa-doa dari al-Qur'ān, 7) Doa khatm al-Qur'ān, 8) Ma'lūmāt, 9) Rumus waqf yang dipergunakan dalam mushaf

standar Indonesia, 10) Fahras surat dan juz, 11) Perhatian!, 12) dan Asmā' al-Ḥusnā.²⁸

Satu hal yang menarik dari mushaf konvensional Indonesia tahun 60-90an adalah penulisan lampirannya menggunakan huruf Arab Melayu Pegon, termasuk sambutan Menteri Agama. Dari titik pijak ini, sebenarnya segmen pasar mushaf al-Qur'ān periode tersebut lebih menekankan pada kaum Muslim yang sudah memiliki pengetahuan dalam bahasa Arab atau huruf Arab. Perbedaan akan sangat terlihat pada mushaf konvensional Indonesia tahun 2000an, di mana konten lampirannya menggunakan bahasa Indonesia.

Mushaf Kontemporer dan Kontennya

Tidak semua mushaf Indonesia kontemporer memiliki konten lampiran yang sangat banyak. Hanya saja ada sejumlah mushaf yang memiliki lampiran konten lebih dari 20 buah, yang penulis paparkan di sini hanya 3 produk mushaf. Mushaf *101 in 1: al-Qur'ān Cordoba "Amazing"* (QCA), *Miracle the Reference:66 in 1* (MTR), dan *al-Qur'ānku Masterpiece 55 in 1* (QM).

Mushaf *101 in 1: al-Qur'ān Cordoba "Amazing"* (QCA) adalah mushaf yang diterbitkan oleh Cordoba, berlokasi di Bandung. Penerbitnya melampirkan 33 konten utama dan 68 konten tambahan.

²⁷ *Mushaf al-Qur'ān al-Karīm* (Bandung: PT. Al-Ma'arif Bandung, 1986).

²⁸ *Mushaf al-Qur'ān al-Karīm* (Bandung: CV. Toha Putra Semarang, 1991).

Konten utamanya sebagaimana yang tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Konten Mushaf QCA

1	Terjemah per kata	12	<i>Riyād al-Ṣāliḥīn</i>	23	Sirah Nabawi
2	Penunjukan ayat	13	Ḥadīts al-‘Arba‘īn	24	Asbāb al-nuzūl
3	Sistem warna tajwid	14	Syamā’ il Muḥammadiyah	25	Kisah para nabi dan Rasul
4	Panduan hukum tajwid	15	Ḥadīts Nabawī	26	Nasihat dan pelajaran
5	Kaidah tajwid	16	Ḥadīts Qudsī	27	Kajian arkeologi dan sejarah Islam
6	Terjemah Kemenag	17	<i>Medical</i> Ḥadīts	28	Dzikir al-ma‘ṣūrāt
7	Mu’jam	18	Tazkiyyah al-naḥs	29	Doa keseharian
8	Tafsir Jalālayn	19	Ṭibb al-nabawī	30	Tajwid aplikatif
9	Tujuh klasifikasi utama	20	Asmā’ al-Ḥusnā	31	Indeks
10	Tafsir al-Ṭabarī	21	Doa-doa Asmā’ al-Ḥusnā	32	Tutorial umrah/haji
11	Tafsir Ibn Katsīr	22	Tuntunan doa	33	Tutorial wudu/salat

Adapun konten tambahannya berjumlah 68 yang terdiri dari: 16 file video tausiah Yūsuf al-Qaradawī, 6 video tausiah Dr. Aidh al-Qarny, 6 video tausiah Dr. Wahbah Zuhaily, 20 video filler AaGym, 12 file .chm Kajian keislaman, 5 file mp3 Murattal Imam Timur Tengah, 3 file video Harun Yahya, 3 file pdf *asbāb al-Nuzūl* dan kisah para nabi.



Secara fisik QCA adalah mushaf dengan ukuran 21x29,7 yang diterbitkan pada tahun 2012. Penerbitnya mematok harga konsumen sebesar Rp. 338.000. Realitas di pasaran, nominal harga bisa berubah bergantung penjual. Penjual-penjual online memberikan diskon rata-rata antara 10-15%. Bahkan

mereka menawarkan harga cicilan selama 6 bulan. Penulis melihatnya bahwa konsep cicilan digunakan untuk merangkul calon pembeli dari kelas menengah bawah, yang tidak memiliki kecukupan dana, namun ingin membeli produk mushaf.

Miracle the Reference:66 in 1 (MTR) diterbitkan oleh Syamil. Judul yang tertera dalam cover mushaf adalah *Al-Qur’an al-Karim: Miracle the Reference*. Kalimat 66 in 1, merupakan *tagline* yang digunakan produsen saat produk ini di-*bundling* dengan 2 dvd dan 3 buku. DVD dan buku yang disertakan memuat semua aplikasi dalam mushaf serta beberapa konten tambahannya sejumlah 44. MTR adalah mushaf dengan konten utama yang terlampir di dalamnya berjumlah 22 ragam konten. Adapun isi dari ke 22 ragam konten adalah sebagai berikut:

Tabel 2

Konten Mushaf MTR

1	Terj. tafsiriyah per kata	9	Ḥadīts saḥīḥ	17	Indeks tematik
2	Keyword (<i>blocking</i>)	10	Doa dan dzikir	18	Sirah nabawiyyah
3	Sistem pewarnaan tajwid	11	Kosakata	19	Atlas Sirah Nabawiyyah
4	Panduan hukum tajwid	12	<i>Asbāb al-nuzūl</i>	20	Analisis peta
5	Terjemah kemenag	13	Doa dalam al-Qur'ān	21	Dzikir <i>al-Ma'sūrāt</i>
6	Munasabah	14	Khazanah pengetahuan	22	Metode SYABANA ²⁹
7	Tafsir al-Ṭabarī	15	Tanda-tanda dlm al-Qur'ān		
8	Tafsir Ibn Katsīr	16	<i>Asmā' al-Ḥusnā</i>		

Empat puluh empat konten lainnya adalah bonus yang berupa file dalam 2 DVD dan 2 buku. DVD pertama berisi 22 file. DVD kedua berisi 16 file: 3 file video dan 13 file audio. Sedangkan isi dari bonus 2 buku adalah: 1) Penuntun praktis ibadah cara Nabi 1. Buku ini menjelaskan mengenai tatacara tahārah, salat dan dzikir sehari-hari. Adapun buku kedua berjudul penuntun praktis ibadah cara Nabi 2, yang berisi tatacara puasa, zakat, infaq, sadaqah, haji serta umrah.³⁰

Sebenarnya MTR memiliki produk yang lebih ringkas dengan judul mushaf *Miracle the Guidance e-Pen* (MTG.) Mushaf

ini lebih seperti mushaf al-Qur'ān tradisional. Di dalamnya tidak banyak lampiran yang bertumpuk sebagai penjelas atau konten tambahan. Konten-konten yang ada pada teks tertulis dalam MTR dibuat secara digital didalam e-Pen. Lembaran mushaf hanya berisi teks al-Qur'ān (bahasa Arab) dengan logo-logo digital pada samping kiri, kanan dan bawah mushaf.

Pena elektronik (e-Pen) yang menyertai mushaf MTG menjadi sangat penting karena semua konten yang disertakan dalam mushaf hanya bisa diakses melalui e-Pen tersebut. Salah satu penjual yang ada di Bandung menyebutnya sebagai “mushaf bersuara.” Terdapat tidak kurang dari 9 logo di setiap sisi kanan dan kiri halaman mushaf. 5 logo di setiap sisi bawah halaman mushaf. Jika dihitung maka konten yang ada di mushaf MTG tidak kurang dari 35 konten tambahan.



²⁹ SYABANA adalah nama untuk metode pembelajaran penguasaan tajwid al-Qur'ān. Nama tersebut diambil dari dua lembaga yang mengembangkannya, yaitu Syaamil al-Qur'an dan Bana Publishing.

³⁰ <http://syaamilquran.com/syaamil-al-quran-new-miracle-reference-66-1.html>

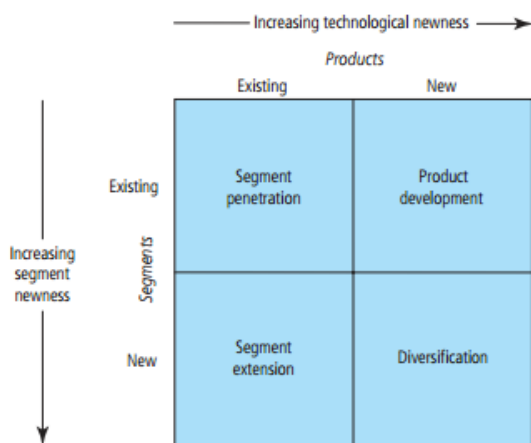
Adapun *Al-Qur'ānku Masterpiece 55 in 1* (QM) adalah Mushaf dikeluarkan dengan dua edisi, klasik dan platinum. Edisi QM klasik memiliki harga Rp. 375.000,

sedangkan QM edisi platinum diberi label harga Rp. 425.000.³¹ *Al-Qur'ānku* diterbitkan oleh PT Lestari.

1	Khat Madīnah standar Indonesia	20	Cara pengucapan huruf	39	Indeks isi al-Qur'ān
2	Tajwid blok warna	21	Ilmu tajwid ringkas	40	Doa khatam masyhur
3	Transliterasi al-Qur'an	22	Kapita selekta al-Qur'ān	41	Doa-doa pilihan
4	Terjemah per kata	23	Sejarah pengumpulan dan penulisan al-Qur'ān	42	Agar doa dikabulkan
5	Terjemah lengkap Kemenag RI	24	Pengantar Ilmu al-Qur'ān	43	Dzikir-dzikir pagi-petang
6	Tematik Ayat	25	Ilmu-ilmu seputar al-Qur'ān	44	Dzikir Nabi sesudah salat
7	Intisari tafsir Ibn Katsīr	26	Atlas turun al-Qur'ān	45	The 99 Names of Allah
8	Tafsir ringkas <i>Aḥsan al-Bayān</i>	27	Tempat-tempat dan Negeri-negeri dalam al-Qur'ān	46	Ḥadīts Arba'īn al-Nawāwi
9	Asbābal-nuzūl	28	Rahasia Surah-surah dalam al-Qur'ān	47	Jadwal Salat Indonesia
10	Renungan ayat	29	Tela'ah Bahasa dalam al-Qur'ān	48	Arah kiblat
11	Keutamaan surah	30	Bunga rampai al-Qur'ān	49	Hikmah kisah-kisah dalam al-Qur'ān
12	Kosakata pilihan	31	Selayang pandang al-Qur'ān standar Indonesia	50	Kisah-kisah menakjubkan dlm al-Qur'ān
13	Doa-doa dalam al-Qur'ān	32	Indeks surah	51	Sejarah ringkas 25 nabi dan rasul
14	Ḥadīts pilihan	33	Indeks surah alfabetis	52	Rasul Ulul Azmi
15	Sakinah Message Service SMS	34	Indeks juz	53	Khulafā' al-Rāsyidīn
16	Keutamaan membaca al-Qur'ān	35	Indek tanda waqf	54	Surat pendaftaran ciptaan
17	Adab membaca al-Qur'ān	36	Indeks ayat sajdah	55	Surat tanda <i>taṣḥīḥ</i>
18	Belajar dan mengajarkan al-Qur'ān	37	Indeks tanda sifr		
19	Cara mudah menghafal al-Qur'ān	38	Indeks intisari surah		

Tabel 3
Konten
Mushaf QM

Bila data kategori di atas dibedah menggunakan Ansoff Matrix, maka mushaf kontemporer masuk ke dalam bilah kategori “*new products in existing segments*,” menawarkan produk baru untuk segmen pasar yang telah ada dengan cara melakukan *product development*; dan kategori “*new products in new segments*,” menawarkan produk baru pada segmen terbaru dengan cara diversifikasi produk.³² Sedangkan pengembangan pada mushaf konvensional dengan mengubah tampilan sampul muka (*cover*) merupakan bilah kategori “*existing products in existing segments*,” memasarkan produk-produk yang telah ada untuk segmen yang telah ada. Upaya ini dilakukan dengan cara penetrasi pasar (*market penetration*), dan biasanya berisi semua produk untuk semua segmen pasar.



Tren 2: Memberikan Tema pada Produk Mushaf

Sejak kemunculan mushaf tematik, seperti *al-Qur’an Tajwid* dari penerbit *al-Qur’an-ku* tumbuhlah tema-tema mushaf, atau setiap mushaf yang akan diterbitkan diupayakan untuk menyasar segmenasi pembaca tertentu. *My First al-Qur’an* terbitan Sygma, *I Love My Qur’an* terbitan Mizan, dan *al-Qur’an al-Karim dan Terjemahnya Edisi Anak* terbitan salam Madani, merupakan produk mushaf untuk segmen anak-anak. Selain anak, perempuan merupakan tema yang dilirik pula oleh penerbit mushaf, sehingga PT Sygma menerbitkan *Syamil al-Qur’an Special for Woman*. Bahkan dalam leafletnya dicantumkan tag “*Al-Qur’an that woman wants*.” Tema-tema lain pun bermunculan dari al-Qur’ān dengan usul fiqh, al-Qur’ān dan pengetahuan, al-Qur’ān dan 1000 doa dan yang lainnya. Pertanyaannya kemudian adalah siapakah yang mengonstruksi tema-tema ini? Apakah betul ada al-Qur’ān yang memang khusus buat anak-anak atau hanya kaum perempuan saja? Hal inilah yang penulis maksud dengan tematisasi mushaf.

Tematisasi adalah proses di mana penerbit dalam hal ini sebagai produsen mushaf memberikan nama tertentu pada produk mushaf yang diterbitkan. Nama yang menjadi tema besar produk tersebut, secara spesifik merupakan konten utamanya. Penelusuran penulis menunjukkan bahwa

³²Malcolm McDonald dan Ian Dunbar, *Market Segmentation: How to Do It, How to Profit From It*, 389-90.

pada umumnya tema-tema yang muncul dari para penerbit tersebar dalam 3 kategori. Pertama, tema berbasis ilmu bantu memahami al-Qur'ān. Kedua, tema berbasis pada subyek pembaca mushaf. Ketiga, tema berbasis pada obyek telaah dalam al-Qur'ān. Kategorisasi ini tidaklah dibuat begitu *rigid*, karena bisa jadi satu tema dengan tema yang lainnya dihadirkan secara bersamaan oleh penerbit.

Tema Berbasis Ilmu Bantu Memahami al-Qur'ān

Ilmu bantu yang dimaksudkan di sini adalah kajian yang memungkinkan seseorang akan lebih paham dalam membaca dan memahami al-Qur'ān. Tajwid, ilmu tarjamah, ilmu qira'at, ilmu makhārij al-ḥurūf adalah sebagian kecil dari kajian dalam ilmu al-Qur'ān yang menjadi lampiran pada mushaf-mushaf al-Qur'ān di Indonesia. Di bawah ini hanyalah sebagian dari tema ilmu bantu yang ada dalam mushaf cetakan Indonesia, yaitu: aplikasi ilmu tajwid, aplikasi tafsir dan terjemah per kata, dan aplikasi ilmu *qirā'at* dan *maqāmāt*.³³

Penulis melihat bahwa mushaf *Al-Qur'an-Ku Tajwid Blok Warna*, merupakan *leader* dalam aplikasi ilmu tajwid. Penerbit Lautan Lestari inilah yang pertama kali menyajikan al-Qur'ān dengan konsep

pemberian blok warna pada teks al-Qur'ān. Tahun 2004, konsep al-Qur'ān dengan blok warna mendapatkan paten di Indonesia dari Dep. Hukum dan HAM RI. Setahun kemudian, mushaf ini disahkan oleh Lembaga Pentashihan Mushaf al-Qur'an (LPMA) tertanggal 8 Desember 2005. Mushaf ini menggunakan 7 warna acuan dalam penandaan teks dengan cara diblok, yaitu: *biru muda* untuk *ikhfā'*; *biru tua* untuk *iqlab*; *merah* untuk *qalqalah*; *pink* untuk *ikhfa' safawī*; *hijau* untuk *idghām bi al-ghunnah*; *kuning* untuk *idghām safawī*; dan *oranye* untuk *ghunnah*. Menurut Fachrurrozi, Yayasan Jayabaya adalah penerbit kedua yang menerbitkan al-Qur'ān tajwid warna. Penerbit ini menambahkan satu kaidah warna untuk *idghām bilā ghunnah*.³⁴ Saat ini tema aplikasi ilmu tajwid warna menjadi konten tambahan yang dilampirkan bersama terjemah atau tema seperti mushaf untuk perempuan dan anak.

Terjemah per kata adalah kecenderungan baru pada mushaf yang beredar sekitar tahun 2000an, dan sampai sekarang kecenderungan ini menjadi seperti memiliki semua penerbitan al-Qur'ān di Indonesia. Selain melampirkan terjemah Kementerian Agama RI juga didampingi

³³ Di samping itu masih ada pula ilmu bantu lain yang digunakan sebagai tema mushaf, contohnya *Mushaf Ushul Fiqh*, yang diterbitkan oleh PT Sygma Examedia Arkanlima. Mushaf ini menyajikan sejumlah kaidah usul fiqh dan aplikasinya dalam ayat-ayat al-Qur'ān, seperti *'ām* dan *khāṣṣ*.

³⁴ Fachrurrozi, "Standardisasi Mushaf Al-Qur'an Tajwid Warna di Indonesia," artikel Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'ān, 26 September 2011 dalam <http://lajnah.kemenag.go.id/artikel/44-mushaf-standar/84-standardisasi-mushaf-al-quran-tajwid-warna-di-indonesia.html>.

dengan terjemah perkata.³⁵ Seorang penerbit buku menyatakan, “Sekarang ini bisnis penerbitan ditentukan oleh pasar, sudah sangat jarang penerbit yang membangunnya dengan basis editorial.”³⁶ Penulis berkesimpulan bahwa kecenderungan penggunaan terjemah per kata bisa dipastikan karena konsumen berharap ada mushaf yang bisa memenuhi rasa ingin tahu mereka tentang terjemah kata per kata dari teks al-Qur'an. Beberapa contoh kecil di bawah ini: *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Perkata dan Transliterasi*, diterbitkan oleh PT. Karya Toha Putera tahun 2003; *Mushaf al-Misykat: Al-Qur'an Terjemahan Perkomponen Ayat* dari penerbit al-Mizan diterbitkan tahun 2008;³⁷ *Mushaf al-Qur'an al-Karim Hijaz* diterbitkan oleh PT. Sygma Arkanlima; Pustaka al-Fatih menerbitkan mushaf *Al-Fatih Qur'an Perkata* pada tahun 2011, dan lainnya.

Melampirkan satu atau dua karya tafsir dalam mushaf, sudah lama dilakukan penerbit. Misalnya, memasukkan ringkasan *Tafsir Ibn Katsir*. Hanya saja penerbit yang secara tegas menjadikannya tema utama

dalam mushaf, jumlahnya belum banyak. Mushaf *Al-Ahkam* adalah salah satunya, sebuah produk mushaf yang diterbitkan oleh Media Fitrah Robbani. Mushaf ini berupaya memberikan bantuan pembaca dan pengaji untuk menelusuri hukum-hukum yang terdapat dalam al-Qur'an, terutama terkait dengan fiqh ibadah.

Terkait aplikasi Ilmu qirā'at dan maqāmāt,³⁸ telah ada sejak lama mushaf dengan 7 dan 10 *qira'āt*. Hanya saja mushaf dengan varian seperti ini belum pernah diterbitkan di Indonesia. Al-Qolam adalah satu nama dagang untuk penerbit dari *Mushaf Maqāmāt*,³⁹ sebuah mushaf yang didesain untuk memberikan kemudahan para pembaca al-Qur'an untuk belajar membaca, sesuai dengan 3 macam *qirā'at*: bacaan dari riwayat Ḥafṣ, riwayat Qālūn, dan riwayat Warsy—merupakan tiga macam qirā'at yang terdapat dalam e-pen mushaf tersebut. Ditambah dengan *7maqāmāt* sebagai tema yang diunggulkan sesuai dengan namanya *Muṣḥaf Maqāmāt*. Lantunan melodi bacaan al-Qur'an

³⁸ Secara umum pembacaan al-Qur'an dengan menggunakan melodi tertentu disebut juga *mujawwad*. Lih. Anna M. Gade, “Taste, Talent, and the Problem of Internalization: A Qur'anic Study in Religious Musicality from Southeast Asia,” *History of Religions*, Vol. 41, No. 4, Essays on the Occasion of Frank Reynolds's Retirement (May, 2002): 350-1. <http://www.jstor.org/stable/3176452>. (diakses: 07/11/2011)

³⁹ Sekalipun namanya al-Qolam, namun PT Ekatama Cipta Lestari (ECL) adalah perusahaan yang menyokong terbitnya mushaf ini bersama Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta. Lih. Rangga Wiraspati, “Solusi Fasih Membaca Al-Qur'an dari IIQ,” *Majalah SWA online*, 18 Juni 2013. <http://swa.co.id/business-strategy/solusi-fasih-membaca-al-quran-dari-iiq>

³⁵ Bagaimana penerjemahan kata per kata ini bisa dianggap benar menurut ilmu tarjamah, bisa dilihat pada karya Zahrudin, “Relasi Makna dalam al-Qur'an: Analisis terhadap kata-kata yang memiliki Relasi Makna dalam al-Qur'an yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia,” Disertasi Doktor, Program Doktor Kajian Islam, Sekolah Pascasarjana (SPs) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

³⁶ Wawancara pribadi dengan penerbit Mushaf al-Qur'an “Sahifa” di Jakarta tanggal 27 Juli 2013.

³⁷ Wawancara pribadi dengan Direktur al-Mizan, Bandung Juli 2013, dan dokumen presentasi wakaf al-Mizan.

tersebut adalah: *Bayyati, Hijaz, Nahawand, Rast, Sikah, Jiharkah*, dan *Şaba*.⁴⁰ Penting untuk disebutkan, bahwa pena elektroniklah yang memungkinkan sensor sentuh berbunyi sesuai dengan qirā'at dan maqāmāt yang tertera dalam teks mushaf. Dengan begitu, pembaca dan pengaji bisa belajar sesuai dengan lantunan qari' dan qari'ah Indonesia dan luar negeri.

Tema Berbasis Subyek Pembaca

Tema subyek pembaca al-Qur'ān yang dilacak oleh penulis di sini hanya pada dua subyek, yaitu: perempuan, dan anak-anak.⁴¹ Mushaf-mushaf yang bertemakan perempuan memiliki banyak sekali varian, terutama pada cover dan tas penyimpan mushaf yang disesuaikan dengan mode fashion seperti model tas selempang dari bahan yang beragam pula. Malah penerbit Cordoba membuat pagelaran busana Muslimah dengan mushaf tema perempuan sebagai asesorisnya.

Dari sisi konten, mushaf dengan tema ini menyuguhkan hal ihwal ayat-ayat yang terkait dengan perempuan, istri, anak

perempuan dan lainnya. Penerbit Syamil contohnya memblok ayat dalam sebagian surat al-Nisā' dengan warna pink muda. Lampirannya pun ditambah dengan indeks ayat yang terkait dengan keluarga, dan kisah-kisah sahabat perempuan yang diabadikan al-Qur'ān. Karena kekhsan tema itulah PT Sygma menamai mushafnya dengan *al-Qur'an al-Karim Special for Women*. Tidak jauh beda dengan Syamil, sebagai *leader* produsen mushaf tematik, penerbit PT. Cordoba International Indonesia pun membuat kategori mushafnya dengan *Mushaf Al-Qur'an CORDOBA*⁴² *Spesial for Muslimah*. Terdapat sejumlah varian nama dan ukuran mushaf untuk Muslimah ini. Mushaf ini diberikan materi tambahan seperti kajian-kajian yang terkait dengan perempuan berdasarkan tafsir dan ḥadīts ṣaḥīḥ, serta klasifikasi tema kajian.

Satu contoh lainnya bisa dilihat pada mushaf-mushaf yang diterbitkan oleh Media Fitrah Robbani. Ada tiga varian utama mushaf dengan tema perempuan, yaitu: *Mushaf al-Burhan Edisi Wanita*, *Mushaf al-Burhan Edisi Wanita Tajwid*, *Qur'an Fiqh Wanita*. Dari sisi penamaan mushaf, penerbit tidak menggunakan bahasa Inggris, lebih lugas dengan menyebutnya 'edisi wanita.' Adapun, soal *packaging* mushaf, Media Fitrah Robbani

⁴⁰ Penjelasan tentang nama-nama tersebut bisa dilihat pada: Anne K. Rasmussen, *Women, the Recited Qur'an and Islamic Music in Indonesia* (Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 2010).

⁴¹ Di samping dua subyek tema besar di atas ada juga yang bertemakan penghafal al-Qur'ān, sebagaimana *Mushaf Hafalan* yang diterbitkan oleh Almahira. Juga ada subyek lansia (orang lanjut usia), sebagaimana yang diterbitkan oleh PT. Cordoba International dengan nama *The Biggest* Mushaf ini dibuat dengan tulisan cukup besar dengan ukuran 21,5 cm x 30,5 cm, sehingga diperkirakan akan memudahkan untuk orang lanjut usia dalam membacanya.

⁴² Penulisan CORDOBA dengan huruf besar semua sebagai penanda, bahwa mushaf ini produk PT. Cordoba International Indonesia. Lih.: <http://qurancordoba.com/artikel/al-quran-muslimah-hilwa-a6> diakses Agustus 2014.

tidak jauh berbeda dari dua penerbit di atas. Cover mushaf disajikan dengan model risleting berbahan campuran yang 'dianggap' sesuai dengan pribadi perempuan.

Adapun tema subyek anak bergambar dan warna warni, dan merupakan tampilan yang dominan pada mushaf-mushaf yang dikhususkan untuk anak-anak. Mushaf-mushafnya dibundling dengan berbagai lampiran dan juga pena elektronik. Pena ini dihadirkan oleh penerbit, seperti untuk memudahkan orang-tua dan anak saat belajar membaca al-Qur'ān.

Karena ada pasar yang membutuhkan mushaf al-Qur'ān dalam varian baru, PT Sygma Media Arkanlima/Syamil melihat bahwa anak-anak adalah pasar yang bagus untuk diambil. MyFA atau *My First al-Qur'an* menjadi judul varian mushaf tersebut bagi Syamil. Sekalipun tidak tertera kata-kata mushaf, penulis mengategorikannya pada mushaf dengan tema subyek anak. Penerbit menyajikan mushaf ini dengan sebuah tas bergambar. Mushaf al-Qur'ānnya dibuat terpisah dengan buku ilustrasi yang penuh dengan gambar. Buku ilustrasi adalah bagian dari penjelas mushaf dengan materi yang khas untuk anak, antara lain: adab membaca al-Qur'ān dengan ilustrasi cerita yang menarik, jejak rasul, sirah nabawiyah, doa-doa harian, tempat-tempat bersejarah umat Islam di dunia dan lainnya. Dilihat dari harganya yang di atas Rp. 300.000 untuk paket regular dan di atas Rp. 1.500.000 dengan *bundling* pena

elektronik, bisa dipastikan bahwa orang tua dari kelas menengah Muslimah yang disasar oleh penerbit. Tidak hanya penerbit Sygma, Mizan, Almahira juga yang lainnya, melakukan hal sama.

Satu boks besar yang memuat 15 jilid tafsir dan mushaf disajikan oleh penerbit Mizan untuk segmen anak-anak, terutama kelas menengah. Kotak tersebut diberi label tulisan *Love Quran*. Nama dagang untuk mushaf dengan tema anak ini adalah: *I Love My Al-Quran*, yang disingkat dengan ILMA (pengetahuan.) Pada laman web Mizan Dian Semesta, disebutkan bahwa ada imajinasi agar anak-anak mampu menjadikan al-Qur'ān sebagai sahabatnya. "*Sahabat yang selalu menghibur kita setiap saat, baik saat sedih, senang, susah, maupun gembira. Selain itu, Al-Quran juga sahabat yang mengingatkan kalau kita lupa atau istilah lainnya khilaf.*"⁴³ Saat ini, penerbit Mizan menerbitkan pula genre turunan dari mushaf ini, dengan nama *Tafsir Al-Quran untuk Anak*.

Tidak jauh berbeda dari dua penerbit di atas, Almahira pun menerbitkan mushaf dengan tema subyek anak. *Al-Quran Pertamaku*, itulah judul mushaf yang diproduksi oleh Almahira. Dalam laman webnya, penerbit menyebutnya sebagai buku.⁴⁴ Ada 5 jilid buku yang berisi berbagai

⁴³ <http://www.mizandiansemesta.co.id/i-love-my-al-quran-2/>

⁴⁴ http://almahira.com/ib/index.php?option=com_content&view=article&id=1244:mencerdaskan-anak-lewat-al-quran&catid=34:resensibuku&Itemid=592

tema dari *Al-Quran Pertamaku*. Jilid pertama mengenal angka dan warna dalam al-Qur'ān; jilid kedua kisah-kisah ajaib dalam al-Qur'ān; jilid ketiga tentang doa para nabi dalam al-Qur'ān; Jilid keempat tentang cerita binatang dalam al-Qur'ān; dan jilid kelima tentang kisah para penentang Allah dalam al-Qur'ān. Kesemua jilid tersebut dijelaskan dengan ilustrasi bergambar khas anak-anak. Penulis melihatnya seperti tafsir tematik yang disajikan untuk dan dengan metode yang mudah dicerna oleh anak.

Tema Berbasis Obyek Telaah dalam al-Qur'ān

Tafsir segmen ini dikatakan dengan tafsir tematik, yaitu pengajian satu tema tertentu oleh penafsir dengan mengumpulkan ayat yang memiliki kesamaan redaksi dan makna, kemudian dianalisis dengan menggunakan perangkat ilmu tafsir. Namun yang terjadi dalam mushaf tidaklah seperti itu. Prosesnya awalnya hampir sama, di mana penerbit menentukan tema besar yang akan menjadi konten dari produk mushafnya, misalnya doa dalam al-Qur'ān. Lalu tim penyusun menelusuri doa-doa ataupun ayat apa saja yang terkait dengan tema dimaksud. Pemberian tanda (*highlight*) pada ayat-ayat yang terhubung dengan tema menjadi konten yang nanti tersaji dalam mushaf beserta rujukan lainnya. Berikut ini adalah contoh kecil dari mushaf dengan tema obyek telaah mushaf *Al-Quran Fadhilah: Terjemah*

dan Transliterasi, mushaf *al-'Alim: al-Qur'ān Edisi Ilmu Pengetahuan*, dan Mushaf *As-Salam: Al-Qur'ān 1000 Doa*.

Saat penulis berkunjung ke penerbit Sygma, salah satu direktornya mengatakan bahwa Sygma menangkap sesuatu yang dibutuhkan oleh kaum Muslim Indonesia, yaitu mushaf yang disajikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Begitu pula halnya dengan penerbitan mushaf *Al-Quran Fadhilah*, merupakan upaya perusahaan dalam memberikan bacaan al-Qur'ān plus di dalamnya terdapat rujukan konten mengenai keutamaan-keutamaan bacaan, surat dan amal ibadah lainnya. Mushaf ini ditujukan pada kelompok masyarakat yang biasa menjalankan keutamaan-keutamaan dalam membaca al-Qur'ān.⁴⁵ Merujuk pada leafletnya, penerbit menyebutkan bahwa mushaf ini terdapat 8 keunggulan.⁴⁶ Konten yang terkait dengan keutamaan al-Qur'ānnya hanya tiga dari delapan yang disebutkan, yaitu: keutamaan amal keseharian berdasar referensi yang sahih, baik al-Qur'ān, Ḥadīts, maupun rujukan lainnya; keutamaan surah; dan 99 Ḥadīts keutamaan dan amalan

Bagi penerbit al-Mizan, mushaf *Al-'Alim: Al-Quran Edisi Ilmu Pengetahuan* dan

⁴⁵ Wawancara pribadi dengan salah satu direktur PT Sygma Examedia Arkanleema, bulan Agustus 2013.

⁴⁶ 1) Terjemah Kementerian Agama RI; 2) Transliterasi Latin; 3) Keutamaan amal keseharian berdasar referensi yang sahih; 4) al-Targhīb; 5) al-Tarhīb; 6) Keutamaan surah; 7) Tafsīr Jalālayn; 8) 99 Ḥadīts keutamaan dan amalan Syamil sebagai suplemen terpisah. Lih. *Leaflet Al-Quran Fadhilah*.

As-Salam: Al-Quran 1000 Doa merupakan produk mushaf yang berbeda dari mushaf tematik dari penerbit lainnya. Penerbit berupaya memberi pengantar untuk memahami pembaca atas tema yang dipilih. Contoh untuk *Mushaf Ilmu Pengetahuan*, Prof. Mulyadhi diminta untuk menulis perihal epistemologi Qur'ānī. Pada mushaf *As-Salam*, pengantarnya tidak begitu panjang, hanya disebutkan bahwa mushaf ini “harapannya agar para pembaca dimudahkan untuk memanjatkan doa setelah membaca dan menghayati kandungan ayat-ayat tertentu dalam al-Qur'ān.”

Dari semua contoh mushaf di atas, penyajian indeks terkait dengan tema mejadi medium untuk memudahkan pembaca dalam pencarian kasus-kasus tertentu. Setiap indeks *me-link* dengan halaman mushaf yang berisi *highligh* teks al-Qur'ān, terjemah dan keterangan tambahan dari setiap tema yang dirujuk.

Simpulan

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa *pertama*, penambahan jumlah konten yang penulis sebut sebagai ‘Qur'ānifikasi’ dan pemberian tema-tema tertentu pada produk mushaf Indonesia kontemporer merupakan strategi marketing dalam menyisir segmen pasar dengan cara pengembangan produk (*product development*.) *Kedua*, segmenasi pasar yang disasar hampir sama, yaitu kelas menengah Muslim Indonesia,

karena harganya di atas Rp. 300.000 untuk reguler dan paket *plus* pena elektronik dengan harga di atas Rp. 1.500.000. Sekalipun demikian masih terdapat mushaf-mushaf yang dijual dalam kisaran 50-70 ribu rupiah, yang memang disediakan untuk kelas menengah bawah. *Ketiga*, karena tren tersebut merupakan strategi pemasaran maka sekalipun: a) hampir 80% dari mushaf dengan beragam konten tidak terkait langsung dengan konten mushaf al-Qur'ān konvensional; b) lebih dari 60% isi lampiran mushaf dengan konten lebih dari 55 buah tidak terkait langsung pada kajian al-Qur'ān, penjualan produk mushaf tersebut tetap dilakukan.

Menurut penulis, inilah sisi kurang baik dari komodifikasi mushaf al-Qur'ān. Ada kesan memaksakan sejumlah konten harus ada dan melebihi konten dari penerbit lain dengan genre produksi yang sama. Sisi baiknya adalah penyebaran informasi tambahan yang didapat oleh pembaca. Mereka mendapatkan file atau dvd yang akan memer kaya pengetahuan pembeli tentang kajian keislam dan peribadahan.

Dalam perdagangan, rumus yang berlaku adalah meminimalisir kerugian dan memperbesar profit. Oleh karena itu, bisnis industri mushaf pun meniscayakan keuntungan bagi penerbit maupun pembaca, dan hal tersebut basisnya adalah profit. Hanya saja, penelusuran penulis memperlihatkan bahwa tidak hanya profit semata, akan tetapi, ada juga keinginan untuk berbagi

pengetahuan (*transfer of knowledge*), seperti contoh mushaf-mushaf yang diterbitkan dengan tema-tema tertentu yang akan mengarahkan si pembaca pada wilayah pengetahuan baru.

Dari sisi ini, tematisasi telah melahirkan sisi baru mushaf konvensional. Tema-tema tajwid warna, terjemah per kata, dan tafsir ringkas merupakan konten yang paling umum digunakan dan dijadikan nilai tambah atas mushaf-mushaf konvensional.

Wallāhu a‘lambi al-ṣawāb



Daftar Pustaka

- Afsaruddin, Asma, "The Excellences of the Qur'ān: Textual Sacrality and the Organization of Early Islamic Society," *Journal of the American Oriental Society*, Vol. 122, No. 1 (Jan.-Mar., 2002), 8-10, diunduh dari <http://www.jstor.org/stable/3087649> (diakses 26 Mei 2011.)
- Akbar, Ali (ed.), *Mushaf al-Qur'ān di Indonesia dari Masa ke Masa*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'ān, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011.
- , "Pencetakan Mushaf al-Qur'ān di Indonesia" *ṢUHUF* vol.4, No. 2, 2011:271-87.
- , "Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qur'ān Sejak 1950an Sampai Saat ini," dalam Ali Akbar (ed.), *Mushaf al-Qur'ān di Indonesia dari Masa ke Masa*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'ān, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011.
- Anwar, Rosehan, "Mushaf Kuno di Palembang," dalam Fadhal R. Bafadhal dan Rosehan Anwar (ed.), *Mushaf-Mushaf Kuno di Indonesia*. Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 2005.
- Arifin, Zaenal M., "Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Usmani Indonesia, 1974-1983 (Studi Naskah Dokumentasi Musyawarah Kerja (Muker) Ulama al-Qur'ān I-IX)," *Laporan Penelitian*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'ān Badan Litbang dan Diklat, 2011, tidak diterbitkan.
- , "Mengenal Mushaf al-Qur'ān Standar 'Usmani 1983 dan 2002," *ṢUHUF* vol. 4, No. 1, 2011: 1-22.
- Bafadhal, Fadhal R. dan Rosehan Anwar (ed.), *Mushaf-Mushaf Kuno di Indonesia*. Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 2005.
- Bruinessen, Martin van, *Kitab Kuning: Books in Arabic Script Used in the Pesantren Milieu*. Leiden: Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde 146, 1990.
- Cordoba, *Al-Qur'an Cordoba the Amazing 101 in 1* (QCTA.)
- Cortese, Delia, "The Commodification of the Mushaf in early Century of Islam" dalam *Writings and writing from another world and another era: investigations in Islamic text and script in honour of Dr. Januarius Justus Witkam, Professor of Codicology and Palaeography of the Islamic World at Leyden University* (Cambridge: Archetype Press, 2010), 44-53.
- Data Sensus Penduduk 2010 Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, diunduh dari: sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabelprint?wid=0000000000&tid=321&lang=id&fi1=58&fi2=3
- Denffer, Ahmad von Denffer, *Ulum al-Qur'an: An Introduction to the Sciences of the Qur'an (Koran)*. Leicestershire, UK: The Islamic Foundation: 2011.
- Fachrurrozi, "Standardisasi Mushaf Al-Qur'an Tajwid Warna di Indonesia," artikel Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'ān, 26 September 2011 dalam <http://lajnah.kemenag.go.id/artik/el/44-mushaf-standar/84-standardisasi-mushaf-al-quran-tajwid-id-warna-di-indonesia.html>.
- Gade, Anna M., "Taste, Talent, and the Problem of Internalization: A Qur'ānic Study in Religious Musicality from Southeast Asia," *History of Religions*, Vol. 41, No. 4, Essays on the Occasion of Frank Reynolds's Retirement (May, 2002): 350-1. <http://www.jstor.org/stable/3176452>. (diakses: 07/11/2011)
- Gilliot, Claude, "Reconsidering the Authorship of the Qur'ān" dalam Gabriels Said Reynolds (ed.), *The Qur'ān in Its Historical Context*. London: Routledge, 2008.
- Greco, Albert N., *The Book Publishing Industry*, edisi ke 2. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, 2005.
- al-Ḥanbalī, Ibn Abī Dāwud Abū Bakr 'Abdullāh b. Sulaymān b. al-Aṣ'at al-Sijistānī, *Kitāb al-Maṣāḥif*, taḥqīq dan naqd Muḥib al-Dīn 'Abd al-Subḥān Wā'iz. Beirut: Dār al-Baṣā'ir al-Islāmiyyah, 2002.
- Kitiarsa, Pattana, "Introduction: Asia's Commodified Sacred Cannofies" dalam Pattana Kitiarsa (ed.), *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. London & New York: Routledge, 2008.
- , "Toward Sociology of Religious Commodification," dalam Bryan S. Turner, *The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion*. West Sussex: Willey-Blackwell, 2010.
- (ed.), *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. London & New York: Routledge, 2008.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 14th Ed. Boston: Pearson Prentice Hall, 2012.
- Leaflet Al-Quran Fadhilah*.
- Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah, *Taṣnīf 'Ulūm al-Qur'ān*. Jeddah: Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah, 1430 H.
- McDonald, Malcolm dan Ian Dunbar, *Market Segmentation: How to Do It, How to Profit from It*. Oxford: Elsevier, 2004.
- Nugraha, Eva, "Saat al-Qur'ān menjadi Komoditas: Beberapa Usulan Standarisasi Komodifikasi Mushaf al-Qur'ān," dalam *Al-Qur'an antara Teks dan Realitas*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'ān, 2013.
- Pedersen, J., *Fajar Intelektualisme Islam: buku dan sejarah penyebaran informasi di Dunia Arab*, terj. Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Mizan, 1996.

- Peeters, Jeroen, "Palembang Revisited: Further Notes on the Printing Establishment of Kemas Haji Muhammad Azhari," *International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995*, 181-90.
- Proudfoot, Ian, "Lithography at the Crossroads of the East," dalam *Journal of the Printing Historical Society* 27 (1998), 113-31.
- , "Mass producing Houris's Moles," dalam P. Riddell and T. Street (eds.), *Islam: Essays on Scripture, Thought and Society*. Leiden: Brill, 1997.
- , "Malay Book Printed in Bombay: A Report on Sources for Historical Bibliography," dalam *Kekal Abadi*, 1994, 13 (3): 1-20.
- , "Early Muslim Printing in Southeast Asia," dalam *Libri* 1995: vol. 45. 216-23.
- Rasmussen, Anne K., *Women, the Recited Qur'an and Islamic Music in Indonesia*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 2010.
- Reynolds, Gabriels Said (ed.), *The Qur'an in Its Historical Context*. London: Routledge, 2008.
- Riddell, P. and T. Street (eds.), *Islam: Essays on Scripture, Thought and Society*. Leiden: Brill, 1997.
- Sahifa, *Mushaf al-Qur'an al-Karim*. Bandung: NV. Al-Ma'arif Bandung, 1957.
- , *Mushaf al-Qur'an al-Karim*. Bandung: CV. Dipenogoro Bandung, 1968.
- , *Mushaf al-Qur'an al-Karim*. Bandung: PT. Al-Ma'arif Bandung, 1986.
- , *Mushaf al-Qur'an al-Karim* (Bandung: CV. Toha Putra Semarang, 1991).
- al-Suyūfī, Abū al-Faḍl Jalāl al-Dīn 'Abd al-Rahmān ibn Abī Bakr, *Al-Itqān fī 'Ulūm al-Qur'ān*, taḥqīq Markāj al-Dirāsāt al-Qur'āniyyah. Madīnah: Maktab al-Mālik Fahd li Ṭibā'ah al-Muṣḥaf al-Syarīf, t.t.
- Syigma, *The Miracle 15 in 1*. Sygma, 2009
- , *Miracle the Reference 22 in 1*. Sygma: 2010.
- , *Miracle the Reference 66 in 1*. Sygma: 2013.
- Syukrie, Abdul Hakim, "Mushaf al-Qur'an yang ada di Indonesia sejak abad 19 hingga pertengahan abad 20," dalam Ali Akbar (ed.), *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011.
- Thalib, Rubaya, "Perspektif Penataan Penerbit dan Percetakan al-Qur'an di Indonesia" dalam *Hidayatullah.com* tanggal 7 Maret 2013, diunduh dari <http://www.hidayatullah.com/read/2013/03/07/2002/perpektif-penataan-penerbit-dan-percetakan-al-quran-di-indonesia>. Html
- Tim Riset Center for Middle-Class Consumer Studies (CMCS), *Executive Summary: Indonesia Middle-Class Consumer Report 2013: Uncovering the Aspirations, Values, and Behaviors* (Jakarta: CMCS & Majalah SWA, 2013), 4. Diunduh dari www.CONSUMER3000.net.
- Turner, Bryan S., *The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion*. West Sussex: Willey-Blackwell, 2010.
- Wiraspati, Rangga, "Solusi Fasih Membaca Al-Qur'an dari IIQ," *Majalah SWA online*, 18 Juni 2013. <http://swa.co.id/business-strategy/solusi-fasih-membaca-al-quran-dari-iiq>
- Yunardi, E. Badri, "Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Indonesia," dalam *Jurnal Lektur Keagamaan*, 2005, 3 (2): 279-300.
- History of Religions*, Vol. 41, No. 4, Essays on the Occasion of Frank Reynolds's Retirement (May, 2002): 350-1.
- International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995*, 181-90
- Journal of the American Oriental Society*, Vol. 122, No. 1 (Jan.-Mar., 2002.)
- Journal of the Printing Historical Society* 27 (1998), 113-31.
- Jurnal Lektur Keagamaan*, 2005, 3 (2): 279-300.
- Kekal Abadi*, 1994, 13 (3): 1-20.
- Libri* 1995: vol. 45. 216-23.
- Majalah SWA online*, 18 Juni 2013.
- ṢUHUF* vol.4, No. 2, 2011:271-87.
- The Economist* edisi Juli 2011, diunduh dari: www.economist.com/node/18989153/print.
- <http://www.jstor.org/stable/3087649> (diakses 26 Mei 2011.)
- <http://www.hidayatullah.com/read/2013/03/07/2002/perpektif-penataan-penerbit-dan-percetakan-al-quran-di-indonesia>. Html (diunduh 7 Maret 2013.)
- <http://syaamilquran.com/syaamil-al-quran-new-miracle-reference-66-1.html>
- http://gamediaonline.com/moreinfo.cfm?Product_ID=862284
- <http://lajnah.kemenag.go.id/artikel/44-mushaf-standar/84-standardisasi-mushaf-al-quran-tajwid-id-warna-di-indonesia.html>.
- <http://www.jstor.org/stable/3176452>. (diakses: 07/11/2011)
- <http://swa.co.id/business-strategy/solusi-fasih-membaca-al-quran-dari-iiq>
- <http://qurancordoba.com/artikel/al-quran-muslimah-hilwa-a6> diakses Agustus 2014.
- <http://www.mizandiansemesta.co.id/i-love-my-al-quran-2/>

http://almahira.com/ib/index.php?option=com_content&view=article&id=1244:mencerdaskan-anak-lewat-al-quran&catid=34:resensibuku&Itemid=592
www.CONSUMER3000.net. (diunduh 7 Maret 2013.)
www.economist.com/node/18989153/print.

Wawancara dengan Pak Adi dari penerbit Sygma Publishing pada bulan Agustus 2013.

Wawancara pribadi dengan penerbit Mushaf al-Qur'an "Sahifa" di Jakarta tanggal 27 Juli 2013.

Wawancara pribadi dengan Direktur al-Mizan dan dokumen presentasi wakaf al-Mizan, Bandung Juli 2013.

Wawancara pribadi dengan salah satu direktur PT Sygma Examedia Arkanleema, bulan Agustus 2013.