

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Berdirinya Usaha Air Mineral Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin

Pada awalnya perusahaan ini merupakan perusahaan air minum milik orang asing yang ada di jl. Liangganggung Kec. Bati-Bati Kab. Tanah Laut Kalimantan Selatan karena perusahaan tersebut mengalami beberapa masalah dan beberapa kendala sehingga pemilik perusahaan tersebut memutuskan untuk menjual perusahaan beserta seluruh barang-barang yang ada di perusahaan, kemudian salah seorang pegawai yang bekerja di perusahaan asing tersebut menawarkan untuk menjual perusahaan kepada Pimpinan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin yaitu Alm. Ahmad Bakri, karena pada saat itu Alm. Ahmad Bakri ingin mencari lahan untuk membuat perusahaan yaitu perusahaan air minum dalam kemasan yang rencananya mencari di daerah Kota Bati-Bati agar tidak terlalu jauh dari rumah beliau, kemudian mendengar Alm. Ahmad Bakri mempunyai rencana tersebut maka pemilik perusahaan asing berniat menjual perusahaan kepada Alm. Ahmad Bakri.

Pada tahun 2010 perusahaan ini resmi dipindah alih kepada Alm. Ahmad Bakri.¹

Dengan dibelinya perusahaan tersebut oleh Alm. Ahmad Bakri maka sistem manajemen perusahaan mengalami perubahan menjadi sistem manajemen syariah serta nama perusahaan tersebut pun berubah menjadi PT. Arrizalil Hasan Sejahtera yang merupakan penggabungan dari nama istri dan nama anak-anak beliau.

2. Gambaran Usaha Air Mineral Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin

Perusahaan ini memproduksi air mineral dalam kemasan sama seperti perusahaan sebelumnya yang memproduksi air minum dalam kemasan namun mereknya dirubah dengan merek Al-Mursyidul Amin yang diambil dari nama Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin. Perusahaan ini dibeli oleh Alm. Ahmad Bakri pada tahun 2010 kemudian ditahun 2013 perusahaan tersebut dipindah alih pimpinan kepada anak beliau yang paling tua karena di tahun 2013, tepatnya pada tanggal 1 februari 20 rabiul awal 1434 H beliau meninggal dunia, sampai sekarang PT. Arrizalil Hasan Sejahtera dipimpin oleh anak beliau yaitu Rasyid Ridho. Produk air mineral dalam kemasan (AMDK) ini telah mealui proses tahapan secara klinis dan telah memenuhi standar nasional SNI dengan kode No. 01-3553-2006 tentang standar baku mutu air dalam kemasan, serta MD 265216001042 yang dikeluarkan oleh

¹HM. Rasyid Ridho, Pimpinan PT. Arrizalil Hasan Sejahtera, *Wawancara Pribadi*, Gambut, 23 April 2016.

BPOM RI yang merupakan standar baku kimia, fisika, dan mikrobiologis. Dan dapat dinyatakan bahwa air minum dalam kemasan tersebut layak untuk dikonsumsi serta aman bagi kesehatan dan produk ini halal untuk dikonsumsi karena sudah diuji langsung oleh tim penguji kehalalan produk air minum dalam kemasan.

Menurut hasil wawancara dengan pimpinan pondok pesantren yaitu Rasyid Ridho mengatakan, pada tahun pertama ketika pembukaan perusahaan masyarakat masih asing dengan produk ini sehingga penjualan untuk air minum dalam kemasan ini belum terlalu besar. Namun seiring berjalannya waktu dan dengan sosialisasi yang gencar dilakukan dengan cara berdakwah sambil mempromosikan air minum dalam kemasan ini maka masyarakat pun sudah mulai mengenal produk air minum dalam kemasan Al-Mursyidul Amin karena tidak hanya membeli untuk kebutuhan untuk diminum namun sekaligus beramal dalam artian sama dengan menyumbang untuk Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin. Selain dengan cara berdakwah mereka juga gencar menawarkan produk ke berbagai acara seperti, acara pernikahan, acara tasmiyah (pemberian nama anak yang baru lahir) dan acara-acara besar lainnya.

Dengan tahap pengenalan ini, kini banyak masyarakat yang mengetahui produk air mineral dalam kemasan tersebut, sekarang produk air mineral ini tidak hanya tersebar di kalangan pondok pesantren khususnya di daerah gambut namun juga telah tersebar di berbagai daerah misalnya daerah

Banjarmasin, Banjarbaru, Kalimantan Tengah, Hulu Sungai, Tanah Bumbu, dan daerah lainnya. Sampai sekarang perusahaan ini sudah ada hampir diseluruh Kabupaten memiliki agen untuk disebarakan keseluruh toko-toko yang ada di setiap daerah Kabupaten tersebut.

Perusahaan ini memperluas pendistribusiannya mulai memasuki pasar-pasar modern seperti, mini Market, AlfaMart, IndoMart, dan lain-lain. Strategi ini bertujuan agar produk air mineral dalam kemasan ini semakin dikenal oleh masyarakat diberbagai kalangan lainnya. Sehingga meskipun produk ini merupakan produk lokal namun tidak kalah dengan produk domestik air mineral dalam kemasan merek lainnya seperti yang sudah sangat terkenal seperti air mineral dalam kemasan merek Aqua, Aura, Club Amanah dan merek air mineral dalam kemasan lainnya namun produk air mineral dalam kemasan Al-Mursyidul Amin ini juga mampu memasuki pasar-pasar modern. Namun untuk memikirkan lebih memperluas ke tingkat yang lebih luas seperti menyebarkan diluar Kalimantan belum dilakukan oleh perusahaan ini karena butuh waktu yang lama dan harus memiliki agen di setiap daerah yang dituju untuk mempermudah penyebaran produk yang ditawarkan. Sekarang pihak perusahaan ini hanya memikirkan bagaimana mempertahankan produk air minum dalam kemasan ini agar semakin dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Tanah Bumbu dan daerah-daerah lainnya.

Selain memperluas pemasaran dan distribusi perusahaan ini juga melakukan inovasi terhadap produk yang awalnya hanya kemasan gelas kemudian berkembang dengan memunculkan kemasan lain seperti kemasan botol sedang, botol besar, dan kemasan galon dengan mengikuti sesuai kebutuhan konsumen. Sampai sekarang permintaan akan produk air mineral dalam kemasan ini terus meningkat setiap harinya mengingat produk ini lebih banyak permintaan terutama orang-orang yang sedang mengadakan acara-acara besar seperti acara pernikahan dan acara pengajian di setiap mesjid-mesjid dengan jumlah pesanan yang sangat banyak, biasanya mereka memesan dengan jumlah minimal 50 dus di setiap acara-acara tersebut. Bahkan agen-agen yang tersebar di daerah-daerah juga mengatakan permintaan akan produk air mineral dalam kemasan juga meningkat mengingat harga yang ditawarkan per dusnya tidak terlalu mahal. Dengan membeli produk air minum dalam kemasan ini membeli sekaligus beramal dalam artian menyumbang untuk Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

3. Kontribusi Usaha Air Mineral Al-Mursyidul Amin Terhadap Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin

Dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan yaitu HM. Rasyid Ridho menurut beliau usaha ini didirikan selain untuk memenuhi kebutuhan untuk pemilik usaha namun usaha ini juga untuk keperluan pondok pesantren dan tidak hanya usaha ini saja yang memberikan kontribusi terhadap Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin namun usaha lain pun memberikan kontribusi

untuk pondok pesantren ini, namun dari sekian banyak usaha yang ada seperti butik muslimah, lambung padi, tata rias pengantin, kelapa sawit, travel, ternak ayam, dan lain sebagainya hanya usaha air mineral dalam kemasan ini yang memberikan kontribusi penuh terhadap pendapatan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin yaitu sekitar 40 % disisihkan untuk Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin perbulannya dari total pendapatan penjualan air mineral dalam kemasan ini.

Dari pendapatan usaha tersebut diberikan untuk memenuhi keperluan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin seperti membeli buku atau kitab, perbaikan fasilitas pondok seperti perbaikan ruang kelas, perbaikan kran air untuk berwudhu dan asrama putra dan putri, serta termasuk menambah dana untuk menggaji para pengajar yang ada di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

Menurut Rasyid Ridho dari sekian banyak pondok pesantren yang ada di Kalimantan Selatan hanya pondok pesantren ini yang biaya atau SPP termurah karena menurut beliau tidak ingin memberatkan anak-anak yang ingin menuntut ilmu di pondok pesantren dengan uang iuran atau SPP yang terlalu mahal, mengingat masih banyaknya anak-anak yang tidak bisa sekolah karena terhalang oleh biaya yang terlalu mahal khususnya dikalangan menengah kebawah. Dari situlah tujuan pendirian Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin ini dengan tidak terlalu memberikan pembebanan biaya kepada anak-anak yang ingin menuntut ilmu di pondok pesantren ini

khususnya biaya SPP, biaya buku pelajaran atau kitab-kitab yang terlalu mahal. Bahkan untuk biaya asrama untuk putra dan putri ini digratiskan oleh pihak Pondok Al-Mursyidul Amin. Dari tujuan itulah pimpinan pondok pesantren ini yaitu Alm. Ahmad Bakri berinisiatif untuk mendirikan berbagai macam usaha salah satu nya adalah PT. Arrizalil Hasan Sejahtera yang memproduksi air mineral dalam kemasan. Dari hasil usaha inilah yang menutupi semua biaya yang diperlukan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

Sehingga peran usaha ini sangat membantu Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin dalam membantu keperluan yang dibutuhkan pondok pesantren. Selain hasil dari usaha tersebut digunakan untuk keperluan pondok pesantren hasil dari sebagian usaha tersebut juga digunakan untuk memberangkatkan umrah untuk para ustaz dan ustazah secara bergiliran setiap tahunnya. Program memberangkatkan umrah untuk para pengajar ini bertujuan untuk memberikan hadiah dari hasil pengabdianya kepada pondok dalam memberikan ilmu-ilmunya kepada para santri di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin Tersebut.

Dengan memberangkatkan umrah setiap tahunnya dana itu juga termasuk dari penghitungan keuntungan 40% dari total pendapatan setiap bulannya, jadi sisa yang digunakan untuk keperluan pondok disimpan untuk memberangkatkan para pengajar umrah setiap tahunnya.

Namun dana untuk umrah juga tidak semata-mata didapatkan dari hasil pendapatan perusahaan namun juga ada dana tambahan dari usaha yang ada di pondok pesantren ini mengingat banyaknya usaha yang ada seperti travel, butik muslimah, ternak ayam, lambung padi, tata rias pengantin, dan usaha lainnya. masing-masing usaha ini juga memberikan kontribusinya untuk pondok pesantren namun tidak sebesar yang dikontribusikan oleh PT. Arrizalil Hasan Sejahtera yang pada awal pendiriannya memang dikhususkan memberikan kontribusi yang besar guna menambah pendapatan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

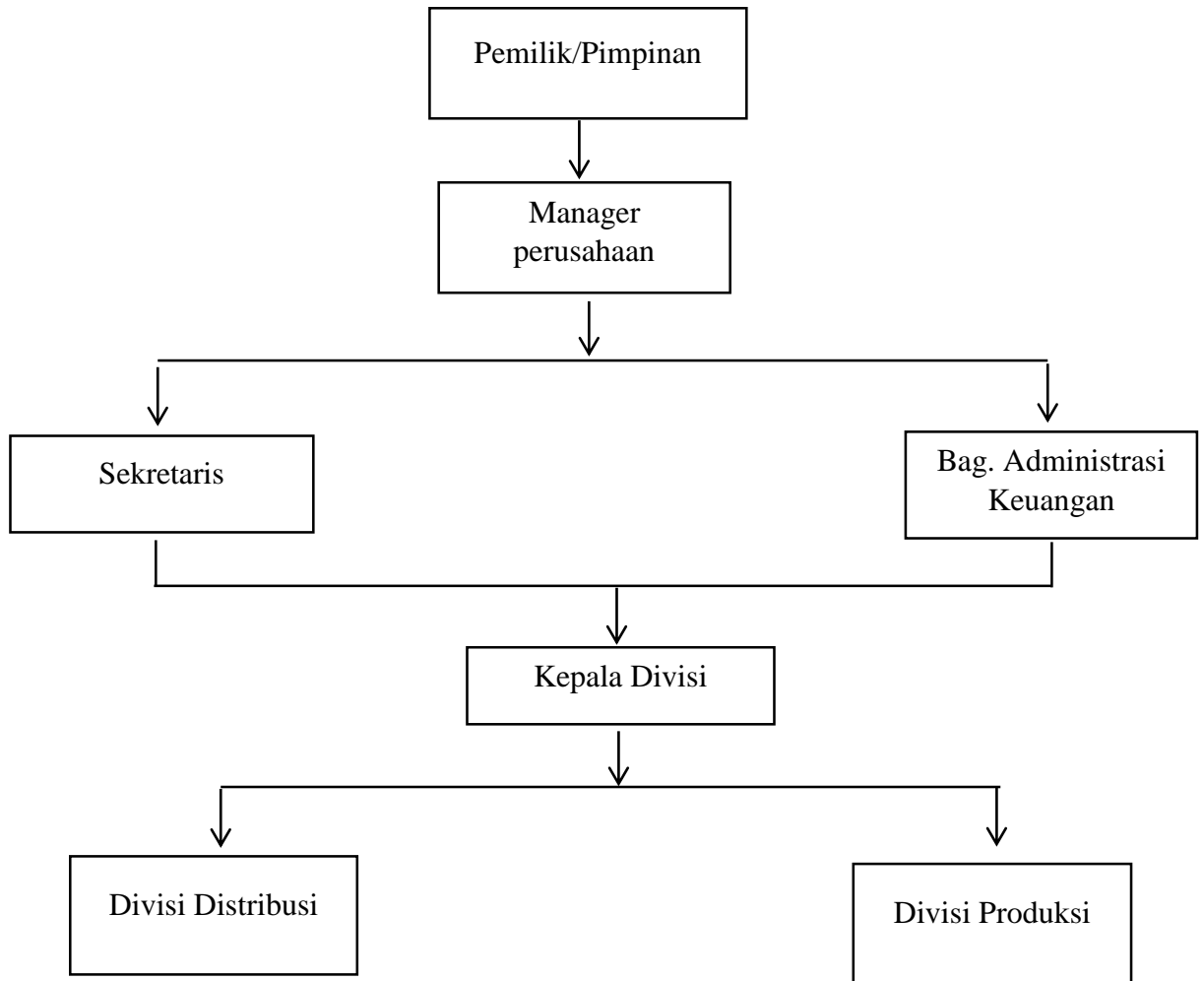
Menurut hasil wawancara dengan Rasyid Ridho para pengajar yang ada di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin ini mereka hanya semata-mata mengabdikan untuk pondok pesantren ini tidak terlalu menuntut gaji dari pihak pondok karena mereka hanya ingin mencari amal dengan cara memberikan ilmu mereka dengan anak-anak yang menuntut ilmu di pondok pesantren ini. Selain mengajar mereka juga membantu usaha-usaha yang ada di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin seperti para ustazah membantu di bagian usaha butik muslimah, tata rias pengantin, bisnis katering, dan para ustadz sebagian membantu di perusahaan seperti travel, lambung padi, ternak ayam, kelapa sawit dan usaha lainnya. Sistem yang dipakai disini merupakan sistem kekeluargaan bahkan para alumnus yang ingin bersekolah di luar pun di biayai oleh pihak Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin setelah mereka lulus menuntut ilmu di luar mereka kembali ke Pondok Pesantren Al-Mursyidul

Amin ini mengabdikan untuk pondok pesantren. Sehingga dapat dikatakan mereka yang menjadi pengajar di pondok pesantren ini adalah mereka yang dulunya pernah menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin yaitu HM. Rasyid Ridho, perusahaan air mineral dalam kemasan ini telah membagi 40% keuntungan yang didapat dari setiap bulannya di masukkan ke dalam kas dana pondok pesantren itu sudah wajib di bagi setiap bulannya. Namun selain memberikan kontribusinya untuk pondok pesantren tersebut pihak perusahaan juga mengeluarkan zakat setiap tahunnya untuk orang-orang yang tidak mampu yang lebih tepatnya orang-orang yang berada di sekitar perusahaan air mineral ini. Dengan memberikan bantuan berupa uang.

Pemberian zakat itu lebih tepatnya kepada orang-orang yang berhak menerima zakat, dalam hal ini perusahaan meminta langsung kepada aparat desa untuk mengumpulkan atau mendata orang-orang yang berhak menerima zakat dari perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan agar pemberian zakat tersebut dapat tersalurkan dengan baik dan kepada orang-orang yang benar-benar memerlukan bantuan. Dapat dikatakan bahwa perusahaan ini juga memberikan kontribusinya kepada lingkungan masyarakat khususnya masyarakat sekitar perusahaan.

4. Struktur Organisasi PT. Arrizalil Hasan Sejahtera



Keterangan:

Pemilik/Pimpinan: HM. Rasyid Ridho

Manajer: Dihyah Abdi

Sekretaris: H. Muhammad Fahmi

Bag. Administrasi keuangan: Ahmad Supian

Kepala Divisi: H. Mursyidi

Divisi Distributor: Supian Sauri, Ahmad Rifa'I, dan Ahmad Barkati

Divisi Produksi: Noor Sahbandi, M. Rusdi, Ansori Rahman, dan Safi'i.

Perusahaan ini menggunakan sistem pembagian kerja seperti pembagian tugas manajer, sekretaris, bagian administrasi keuangan, dan kepala divisi yaitu divisi distribusi dan divisi produksi. H.M Rasyid Ridho selektif dalam memilih orang-orang yang pantas dalam membantu menjalankan usaha ini sesuai dengan kemampuan serta keahlian masing-masing pegawai yang menangani jabatan yang telah diberikan. Pembagian tugas ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan yang di bangun oleh Alm. KH. Ahmad Bakri ini mampu berjalan dengan baik agar tetap bertahan ditengah banyaknya jumlah merek air mineral dalam kemasan yang sudah terkenal di masyarakat Kalimantan khususnya.

B. Analisis Data

Berdasarkan data yang penulis dapatkan di PT. Arrizalil Hasan Sejahtera mengenai gambaran usaha Air Minum Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin dan kontribusi pendapatan terhadap pondok pesantren ini maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Gambaran Usaha Air Minum Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin

Sesuai dengan teori yang digunakan dalam bisnis syariah bahwa setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, dan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis.²

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki³. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. Q.S *Ibrāhīm* 14/: 32-34.

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ
 وَسَخَّرَ لَكُمْ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْأَنْهَارَ (٣٢)
 وَسَخَّرَ لَكُمْ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبَيْنِ وَسَخَّرَ لَكُمْ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ (٣٣)
 وَأَتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِنْ تَعُدُّوا نِعْمَةَ اللَّهِ لَا تُحْصُوهَا إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ (٣٤)

“Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air (hujan) dari langit, kemudian dengan (air hujan) itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu, dan Dia telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendakNya, dan Dia telah menundukkan sungai-sungai bagimu. Dan Dia telah memberikan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan

²Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 263.

³*Ibid.*, hlm. 264.

kepada-Nya. Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya.....”⁴

Dari paparan diatas, bisnis Islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak kuantitas kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, tetapi dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya terdapat aturan halal dan haram.⁵

Tujuan perusahaan tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, dan sebagainya.⁶

Sesuai dengan teori bagaimana seharusnya dalam berbisnis secara syariah, bahwa sistem yang dipakai oleh PT. Arrizalil Hasan Sejahtera ini ialah sistem bisnis syariah bahwasannya pemanfaatan atau pendayagunaan keuntungan usaha ini selain digunakan untuk mendapatkan keuntungan untuk kebutuhan pribadi juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

⁴Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung: Diponegoro, 2006), hlm. 350.

⁵Nana Herdiana Abdurrahman, *op. cit.*, hlm. 266.

⁶*Ibid.*, hlm. 267.

Tujuan dari perusahaan Al-Mursyidul Amin ini tidak hanya mencari keuntungan setinggi-tingginya tetapi juga memperoleh dan memberikan manfaat kepada lingkungannya. Sehingga tujuan dari sebuah bisnis yang Islami yaitu untuk memperoleh keberkahan atau keridaan Allah SWT dapat tercapai.

Sehingga jika dilihat dari produk yang di jual bahwa kehalalan produk air minum dalam kemasan ini tidak diragukan lagi karna sudah di jamin oleh tim penguji kehalan produk yang diuji langsung oleh para Habib dari tim penguji kehalalan untuk air minum dalam kemasan ini.

Sistem bisnis syariah dalam menjalankan usaha ini salah satunya dapat dilihat dari penggunaan sistem manajemen syariah dalam hal pembagian tugas. Perusahaan ini menggunakan sistem pembagian kerja seperti pembagian tugas manajer, sekretaris, bagian administrasi keuangan, dan kepala divisi yaitu divisi distribusi dan divisi produksi. Rasid Ridho selektif dalam memilih orang-orang yang pantas dalam membantu menjalankan usaha ini sesuai dengan kemampuan serta keahlian masing-masing pegawai yang menangani jabatan yang telah diberikan. Hal ini sesuai dengan teori manajemen pada zaman Rasulullah Saw., pada saat itu Rasulullah Saw. juga selektif dalam memilih pegawainya, yaitu mereka yang agamanya kuat dan merupakan pioneer dalam masuk agama Islam. Dan bahkan Rasulullah sering minta pendapat

sahabat tentang *track record* (kepribadian calon pegawai). Rasulullah juga melakukan pembagian tugas dan wewenang, seperti: Ali bin Abi Thalib menangani kesekretariatan dan perjanjian-perjanjian yang dilakukan Rasulullah, Hudzaifah bin Almin menangani dokumen rahasia Rasulullah.⁷

Dapat disimpulkan jika seorang pimpinan atau pengelola perusahaan harus memperhatikan dengan benar tentang pembagian tugas tersebut, agar dengan penempatan tugas yang diberikan sesuai dengan keahlian masing-masing karyawan guna mencapai tujuan yang diinginkan dalam menjalankan usaha atau bisnis dengan benar.

Memperhatikan gambaran usaha yang berkaitan dengan teori daur hidup (*Product life cycle*) sebuah perusahaan, yaitu:

a. Masa Perkenalan

Ciri-ciri khusus yang Nampak dan dirasakan pada masa perkenalan (introduction) ini antara lain⁸:

- 1) Produk/jasa yang dipasarkan belum begitu dikenal
- 2) Biaya masih tinggi

⁷Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah* (Yogyakarta, Aswaja Pressindo, 2012), hlm. 35.

⁸Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Banjarmasin, Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 283.

- 3) Keuntungan bersih baru sedikit karena sebagian besar keuntungan untuk menutup ongkos (biaya) yang sudah dikeluarkan.

Hal demikian pula yang dirasakan oleh PT. Arrizail Hasan Sejahtera, pada awal pendirian produk ini belum begitu dikenal dikalangan masyarakat, pihak masyarakat lebih condong memilih produk yang sudah dikenal seperti merek Sekumpul, Aqua, Club, Aura, Amanah dan lain-lain.

Namun seiring berjalannya waktu dilakukan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak PT. Arrizail Hasan Sejahtera yang sangat gencar, maka masyarakat pun mulai mengetahui apa itu produk dari perusahaan tersebut yaitu Air Minum Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin. Sosialisasi itu awalnya dilakukan berupa berdakwah sambil mempromosikan air minum dalam kemasan secara cuma-cuma untuk para jamaah pengajian dari pemilik perusahaan yaitu Ahmad Bakri yang merupakan seorang penceramah sekaligus pendiri pondok pesantren Al-Mursyidul Amin. Hal ini dilakukan supaya masyarakat mengenal produk ini dan hal ini sesuai dengan strategi yang dilakukan pihak perusahaan selain berdakwah mereka juga gencar menawarkan produk ke berbagai acara seperti, acara pernikahan, acara tasmiyah (pemberian nama anak yang baru lahir) dan acara-acara besar lainnya.

Usaha sosialisasi yang gencar yang dilakukan oleh pihak perusahaan sesuai dengan firman Allah SWT., Q.S. *Ar-Ra'd*/13:11

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ (١١)

“Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”⁹

Usaha yang dilakukan oleh pihak PT.Arrizalil Hasan Sejahtera juga sesuai dengan teori tentang strategi khusus yang perlu dilakukan dalam masa pengenalan yaitu meningkatkan (menggencarkan) promosi, sehingga produk/jasa yang dipasarkan semakin dikenal oleh konsumen.

b. Masa Pertumbuhan

Pada masa pertumbuhan (*growth*) ini ciri khusus yang Nampak dan dirasakan adalah:

- 1) Biaya sudah mulai berkurang
- 2) Keuntungan sudah mulai meningkat
- 3) Pesaing baru mulai muncul.

Setelah melewati tahap pengenalan dengan melakukan berbagai proses promosi yang gencar dilakukan oleh pihak PT. Arrizalil Hasan Sejahtera lalu kemudian mereka mulai memasuki tahap pertumbuhan dimana perusahaan pada tahap ini mulai berkembang dengan pesat karna produk ini sudah mulai tersebar ke berbagai daerah seperti daerah BanjarBaru, Kalimantan Tengah, Hulu Sungai, Tanah Bumbu dan daerah

⁹Departemen Agama RI, *op. cit.*, hlm. 338

lainnya. Dengan dilakukannya distribusi ke berbagai daerah mereka mempunyai tempat agen penyalur di setiap daerah tersebut lalu kemudian setiap agen dari produk ini menyalurkan ke para pengecer sesuai daerah masing-masing.

Dengan penyebaran ini maka produk air minum dalam kemasan semakin dikenal oleh masyarakat, yang menyebabkan semakin meningkatnya permintaan akan produk air minum dalam kemasan ini sehingga meningkatkan pendapatan dari perusahaan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. Q.S. *As-Sarh*/94:7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧)

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”¹⁰

Ayat tersebut menjelaskan bahwa menjalankan bisnis tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan. Islam mendorong pemeluknya untuk menjadi manusia-manusia yang tidak pernah puas dengan apa yang telah dicapai dan selalu haus akan adanya penemuan-penemuan baru.

Usaha yang dilakukan oleh pihak PT.Arrizalil Hasan Sejahtera juga sesuai dengan teori tentang strategi memperluas pemasaran dan distribusi agar dapat menjangkau area konsumen yang lebih luas dan terus

¹⁰*Ibid.*, hlm. 902.

meningkatkan promosi untuk mengimbangi munculnya pesaing-pesaing baru. Selain memperluas pemasaran dan distribusi perusahaan ini juga melakukan inovasi terhadap produk yang awalnya hanya kemasan gelas kemudian berkembang dengan memunculkan kemasan lain seperti kemasan botol sedang, botol besar, dan kemasan galon.

c. Masa Kedewasaan

Pada masa kedewasaan (*maturity*) ini bisnis biasanya memasuki masa keemasan, karena aktivitas bisnis sudah mapan. Meski demikian ditengah kemapanan usaha ini pebisnis harus waspada dan hati-hati, karena pada masa kedewasaan ini suatu berdasarkan pengalaman para pebisnis akan terjadi titik balik mengarah pada kemunduran (penurunan). Hal ini tidak perlu ditakuti, karena peristiwa ini sifatnya alamiah. Inilah yang disebut dengan istilah *produk life cycle* (siklus kehidupan produk) atau juga disebut daur ulang kehidupan produk. Yang diperlukan disini bagaimana menyikapinya.

Ciri-ciri khusus pada masa kedewasaan ini antara lain:

- 1) Pemasaran produk/jasa berjalan lancar
- 2) Keuntungan terus mengalir
- 3) Dibayang-bayangi masa penurunan. Hal ini dimungkinkan oleh

Teori Product life cycle yang secara empiric sering terbukti.

Pertanyaannya kenapa hampir selalu terbukti?. Berdasarkan pengalaman para pembisnis: (i) ada keusangan produk (produk ketinggalan zaman), karena produk yang baru dari pesaing terus bermunculan dengan tampilan yang menarik, (ii) sikap konsumen selalu berusaha mencari sesuatu yang baru karena ada rasa kejenuhan, (iii) promosi pesaing lebih mengena di benak konsumen, dan sebagainya.

Pada saat ini PT.Arrizalil Hasan Sejahtera memasuki fase kedewasaan hal ini dapat dilihat dari keuntungan yang terus mengalir setelah melewati berbagai tahap dari tahap promosi hingga penyebaran atau distribusi produk ke daerah-daerah yang ada di Kalimantan.

Pada tahap kedewasaan ini perusahaan memperluas pendistribusiannya mulai memasuki pasar-pasar modern seperti, mini Market, Alfa Mart, IndoMart, dan lain-lain. Strategi ini bertujuan agar produk air minum dalam kemasan ini semakin dikenal oleh masyarakat diberbagai kalangan lainnya. Sehingga meskipun produk ini merupakan produk lokal namun tidak kalah dengan produk domestik air minum dalam kemasan merek lainnya.

Semua langkah yang di lakukan Pada fase ini bertujuan agar produk Air Minum Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin ini mampu bertahan di pasaran serta tidak mengalami penurunan permintaan. Hal

yang dilakukan Perusahaan ini sesuai dengan teori strategi khusus yang dilakukan teori daur hidup pada fase kedewasaan yaitu:

- 1) Perlu menjaga kestabilan harga pokok
- 2) Mengurangi biaya yang kurang penting sehingga harga pokok dapat diturunkan
- 3) Memilih cara-cara promosi yang lebih mengena di benak konsumen
- 4) Melakukan langkah-langkah antisipasi untuk menghadapi tibanya masa *product Life Cycle* berlaku, misalnya berusaha: (i) memperpanjang masa kedewasaan, (ii) bila waktu masih memungkinkan cepat lakukan alih produk, (iii) bias juga memunculkan bisnis cadangan yang pelan-pelan sudah dibangun sebelum tibanya masa *Product Life Cycle*, sebagaimana kebiasaan pebisnis-pebisnis Cina.

d. Masa Penurunan

Masa kemunduran (*decline*) adalah masa yang paling dikhawatirkan oleh pebisnis karena kalau tidak siap menghadapinya perusahaan akan kelimpungan dan tidak menguntungkan lagi kalau diteruskan. Perusahaan pada masa ini cenderung merugi. Tingkat penjualan terus melorot, kemudian *colaps*, dan akhirnya bangkrut.

Ciri-ciri khusus pada masa penurunan ini antara lain:

- 1) Penjualan produk terus menurun
- 2) Keuntungan perusahaan terus menurun
- 3) Terjadi kelesuan dikalangan pemilik karyawan

Pada tahap ini PT. Arrizalil Hasan Sejahtera tidak mengalami masa penurunan, karena perusahaan ini melakukan strategi-strategi yang dilakukan pada masa kedewasaan seperti memperluas pendistribusiannya sampai menembus pasar modern seperti, mini Market, Alfa Mart, IndoMart, dan lain-lain. Sehingga untuk masa ini perusahaan belum mengalami masa penurunan dan diharapkan perusahaan ini mampu bertahan agar tetap dapat memberikan kontribusi untuk Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

Karena usaha ini sangat diharapkan mampu bertahan agar tidak mengalami fase penurunan ditengah banyaknya merek air minum lainnya. Dengan berbagai macam strategi yang digunakan, perusahaan ini kedepannya akan melakukan berbagai strategi demi mempertahankan keeksistensiannya di tengah masyarakat agar tetap bertahan, baik itu dari segi memperluas distribusi atau menambah atau memperbanyak agen-agen di setiap daerahnya.

Namun untuk memikirkan lebih memperluas ke tingkat yang lebih luas seperti menyebarkan diluar Kalimantan belum dilakukan oleh perusahaan ini karena butuh waktu yang lama dan harus memiliki agen

disetiap daerah yang dituju untuk mempermudah penyebaran produk yang ditawarkan. Sekarang pihak perusahaan ini hanya memikirkan bagaimana mempertahankan produk air minum dalam kemasan ini agar semakin dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Tanah Bumbu dan daerah-daerah lainnya.

2. Kontribusi Usaha Air Mineral Dalam Kemasan Al-Mursyidul Amin Terhadap Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin

Berdasarkan penyajian data diatas dapat diketahui bahwa seberapa besar sebenarnya kontribusi atau peran usaha ini terhadap pendapatan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin adalah sebagai berikut:

Memperhatikan kontribusi usaha air minum dalam kemasan Al-Mursyidul Amin terhadap pendapatan pondok pesantren, yang berkaitan dengan teori pendapatan sebuah perusahaan, yaitu:

Pendapatan adalah semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu, penerimaan dana sebagai hasil dari suatu investasi (*return*).¹¹

Dari teori pendapatan tersebut dapat dikatakan bahwa total pendapatan atau keuntungan setiap bulannya dari PT. Arrizalil Hasan Sejahtera ini, dikontribusikan untuk Pondok Pesantren Al-Mursyidul

¹¹ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building), hlm. 621.

Amin yaitu sebesar 40 % dari total keuntungan yang didapat dari hasil penjualan setiap bulannya. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt.,Q.S *al-Baqarah*2:267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَجْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (٢٦٧)

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”¹²

Maka dapat dikatakan bahwa peran usaha ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin, pendapatan yang didapat dari hasil penjualan setiap bulannya digunakan untuk memenuhi keperluan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin seperti menambah referensi buku atau kitab yang dibutuhkan sebagai bahan ajar untuk para santri dan perbaikan-perbaikan fasilitas pondok pesantren ini.

Selain digunakan untuk menambah referensi buku dan perbaikan fasilitas sebagian dari hasil usaha ini juga digunakan untuk menggajih para pengajar ustadz dan ustadzah serta para staf lainnya mengingat pondok pesantren ini merupakan pondok pesantren swasta atau bukan dari pemerintah langsung sehingga untuk semua biaya tersebut

¹² Departemen Agama RI, *op. cit.*, hlm 56

ditanggung oleh pengelola atau pemilik Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

Dari bentuk tanggung jawab itu lah yang menjadi salah satu tujuan Alm. Ahmad Bakri untuk mendirikan usaha air minum dalam kemasan ini yang keuntungannya tidak hanya untuk kepentingan pribadi namun juga digunakan untuk kepentingan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin.

Selain itu tujuan Alm. Ahmad Bakri ini mendirikan usaha air minum dalam kemasan yaitu agar para anak-anak yang ingin menuntut ilmu di pondok pesantren ini tidak diberatkan dengan uang iuran yang terlalu mahal agar tidak hanya kalangan atas yang mampu sekolah namun kalangan bawah sekalipun juga bisa menuntut ilmu dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Dari hasil keuntungan usaha ini lah yang sebenarnya menutupi biaya-biaya yang di perlukan oleh pondok pesantren ini artinya dalam usaha ini semata-mata mencari keberkahan dari keuntungan yang diperoleh untuk membantu meringankan biaya anak-anak yang menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al-Murysidul Amin.

Selain hasil dari usaha tersebut digunakan untuk keperluan pondok pesantren dan agar meringankan biaya yang di keluarkan untuk membayar uang iuran serta menggajih para pengajar di pondok pesantren, bahwa hasil usaha tersebut juga digunakan untuk memberangkatkan

umroh untuk para ustadz dan ustadzah secara bergiliran setiap tahunnya. Program membrangkatkan umroh untuk para pengajar ini bertujuan untuk memberikan hadiah dari hasil pengabdianya kepada pondok dalam memberikan ilmu-ilmunya kepada para santri di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin tersebut.

Dari hasil total pendapatan yang diperoleh perusahaan setiap bulannya yang diberikan sekitar 40% dari penghasilan yang di kontribusikan untuk pondok pesantren menandakan bahwa peran usaha ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin. Total 40 % keuntungan ini dibagi setiap bulannya yang mana digunakan untuk keperluan pondok seperti membeli buku dan perbaikan fasilitas serta menggaji para pengajar pondok pesantren tersebut semua pembagian itu sudah merupakan total dari 40 % keuntungan usaha air minum dalam kemasan, lalu kemudian dalam hal memberikan hadiah kepada para pengajar di Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin dengan membrangkatkan umroh setiap tahunnya dana itu juga termasuk dari penghitungan keuntungan 40% setiap bulannya, jadi sisa yang digunakan untuk keperluan tersebut disimpan untuk membrangkatkan para pengajar umroh setiap tahunnya. Namun dana untuk umroh juga tidak semata-mata didapatkan dari hasil pendapatan perusahaan namun juga ada dana tambahan dari usaha yang ada di

pondok pesantren ini mengingat banyaknya usaha yang ada seperti travel, butik muslimah, ternak ayam, lambung padi, tata rias pengantin, dan usaha lainnya. Masing-masing usaha ini juga memberikan kontribusinya untuk pondok pesantren namun tidak sebanyak dana yang diperoleh dari PT. Arrizalil Hasan Sejahtera.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan Pondok Pesantren Al-Mursyidul Amin yaitu Rasyid Ridho, perusahaan air mineral dalam kemasan ini telah membagi 40% keuntungan yang didapat dari setiap bulannya di masukkan ke dalam kas dana pondok pesantren itu sudah wajib di bagi setiap bulannya. Namun selain memberikan kontribusinya untuk pondok pesantren tersebut pihak perusahaan juga mengeluarkan zakat setiap tahunnya untuk orang-orang yang tidak mampu yang lebih tepatnya orang-orang yang berada di sekitar perusahaan air mineral ini. Dengan memberikan bantuan berupa uang yang di bantu oleh aparat desa yang sudah di data orang-orang yang berhak menerima zakat.

Dengan cara memberikan zakat setiap tahunnya. Tujuan perusahaan ini untuk mengentaskan kemiskinan dalam hal pendayagunaan zakat untuk mengatasi masalah kemiskinan walaupun dalam ranah yang tidak terlalu besar namun diberikan sesuai orang-orang yang berhak menerima zakat. Pemberian zakat kepada orang-orang yang

tidak mampu yang dilakukan oleh pihak perusahaan ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S At- taubah 9/:60

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَإِنَّ السَّبِيلَ فَرِيضَةٌ مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (٦٠)

“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana”.¹³

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa memberikan zakat itu lebih tepatnya kepada orang-orang yang berhak menerima zakat, dalam hal ini perusahaan meminta langsung kepada aparat desa untuk mengumpulkan atau mendata orang-orang yang berhak menerima zakat dari perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan agar pemberian zakat tersebut dapat tersalurkan dengan baik dan kepada orang yang benar-benar memerlukan bantuan demi mensejahterakan masyarakat.

¹³ Departemen Agama RI, *op. cit.*, hlm. 264