SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 02 No. 02 (2025), Hal. 76-83

ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN USAHA AIR MINUM NURI DI DESA POTOAN DAYA DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM

Harlien Rohmawati[1], Bella Eka Putri[2], Amelia Sakhiatuz Zahra[3], Abdur Rohman[4]

[1,2,3,4]Universitas Trunojoyo
23072110023@student.trunojoyo.ac.id

Kata Kunci:
Air Minum Dalam Kemasan; Bisnis Islam; Maqasid Syariah; Analisis SWOT; Pengembangan Usaha.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peluang dan tantangan usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri yang dioperasikan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar di Desa Potoan Daya, Madura, dengan pandangan bisnis Islam. Melalui pendekatan kualitatif yang mengandalkan penelitian literatur dan analisis SWOT, penelitian ini menunjukkan bahwa AMDK Nuri memiliki pasar yang menjanjikan berkat tingginya permintaan akan air bersih di Madura, basis konsumen setia dari kalangan pesantren, serta meningkatnya permintaan untuk produk halal. Namun, usaha ini juga menghadapi beberapa kendala serius, seperti persaingan dengan merek besar, keterbatasan dana, dan pendekatan pemasaran yang masih tradisional. Rencana pengembangan yang disarankan mencakup peningkatan mutu serta sertifikasi halal, inovasi dalam kemasan yang ramah lingkungan, pelatihan dalam pemasaran digital, dan penguatan tata kelola bisnis berdasarkan prinsip maqasid syariah. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk pengembangan wirausaha pesantren yang berkelanjutan dan memiliki fokus pada keberkahan serta kesejahteraan masyarakat.

Keywords:
Bottled Drinking Water; Islamic Business; Maqasid Sharia; SWOT Analysis; Business Development.

Abstract

This study examines the opportunities and challenges of the Nuri Bottled Drinking Water (AMDK) business operated by Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar in Potoan Daya Village, Madura, from an Islamic business perspective. Through a qualitative approach that relies on literature research and SWOT analysis, this study shows that Nuri bottled water has a promising market thanks to the high demand for clean water in Madura, a loyal customer base from the pesantren, and the increasing demand for halal products. However, the business also faces some serious constraints, such as competition from big brands, limited funds, and a traditional marketing approach. The suggested development plan includes quality improvement and halal certification, innovation in environmentally friendly packaging, training in digital marketing, and strengthening business governance based on maqasid sharia principles. The findings of this

study are expected to be used as a reference for the development of sustainable pesantren entrepreneurship that focuses on blessings and community welfare.

PENDAHULUAN

Desa Potoan Daya, yang berada di Kabupaten Pamekasan, Madura, terkenal sebagai daerah dengan pendidikan Islam yang kuat melalui Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar. Pesantren ini tidak hanya fokus pada pengajaran agama, tetapi juga aktif dalam memajukan usaha syariah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat [1]. Salah satu produk yang diandalkannya adalah Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) berlabel Nuri, yang bertujuan untuk menyediakan air bersih berkualitas bagi 5.000 santri dan warga sekitar.

Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) adalah jenis air yang telah melewati proses pengolahan, pengemasan, dan distribusi, sehingga aman untuk diminum dan memenuhi standar kesehatan. Produk AMDK sangat penting di wilayah yang sulit mendapatkan akses air bersih, termasuk di Desa Potoan Daya. Di daerah tersebut, kualitas air tanah cenderung payau dan mengandung kapur yang tinggi, yang menyebabkan permintaan air minum yang berkualitas semakin meningkat [23].

Tantangan ketersediaan air bersih yang sehat untuk diminum masih menjadi masalah besar di Indonesia. Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik [4], sekitar 22% penduduk pedesaan di Indonesia, termasuk di Madura, belum bisa mendapatkan air minum yang memenuhi standar kesehatan. Di Desa Potoan Daya, sumber air tanah biasanya memiliki rasa payau dan kandungan kapur yang tinggi, sehingga produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri menjadi solusi utama untuk memenuhi kebutuhan air minum [5].

Pesantren sebagai institusi pendidikan Islam saat ini semakin banyak yang mengembangkan unit usaha produktif, termasuk bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), untuk mendukung kemandirian ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya [6]. Usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri yang dioperasikan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar adalah contoh nyata dari pengembangan ekonomi berbasis syariah di pesantren. Kontribusi ekonomi yang berasal dari pesantren tercatat mencapai Rp15 triliun setiap tahun [7]. Namun, usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan, seperti bersaing dengan merek besar (Aqua, Le Minerale) yang menguasai lebih dari 60% pangsa pasar nasional [8], masalah dalam pemasaran, dan perlunya penerapan prinsip bisnis Islam seperti halal, thayyib, dan maslahah [910].

---

[1] A Wahyudi, "Peran Pesantren Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2022): 23–35.
[2] Badan Pusat Statistik, "Persentase Penduduk Yang Memiliki Akses Terhadap Air Minum Layak 2023" (Jakarta: BPS, 2023).
[3] Kementerian Kesehatan RI, "Permenkes No. 492 Tahun 2010 Tentang Persyaratan Kualitas Air Minum" (Jakarta: Kemenkes RI, 2010).
[4] Statistik, "Persentase Penduduk Yang Memiliki Akses Terhadap Air Minum Layak 2023."
[5] RI, "Permenkes No. 492 Tahun 2010 Tentang Persyaratan Kualitas Air Minum."
[6] Wahyudi, "Peran Pesantren Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia."
[7] Kementerian Agama RI, "Kontribusi Ekonomi Pesantren Di Indonesia" (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2023).
[8] Euromonitor International, "Indonesia Bottled Water Market Report 2023" (London: Euromonitor, 2023).
[9] LPPOM MUI, "Panduan Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan" (Jakarta: LPPOM MUI, 2023).
[10] M Mairizki, "Analisis Kelayakan Usaha Air Minum Dalam Kemasan Ditinjau Dari Perspektif Maqasid Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2017): 112–23.

Dalam konteks bisnis Islami, pengelolaan usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dari pesantren perlu memperhatikan prinsip maqasid syariah, yaitu melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta [11]. Proses produksi harus memenuhi standar halal dan thayyib sesuai yang ditentukan oleh LPPOM MUI dan SNI *3553*:2015 [1213]. Usaha pesantren juga diharapkan dapat memberikan dampak sosial, seperti melalui program beasiswa atau distribusi air tanpa biaya untuk masyarakat yang kurang mampu [14].

Walaupun mempunyai potensi yang besar, usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri harus berhadapan dengan berbagai kendala yang rumit. Secara nasional, pasar AMDK didominasi oleh merek besar seperti Aqua yang menguasai *35*% dari pangsa pasar dan Le Minerale *30*%, yang memiliki jaringan distribusi yang luas serta dana yang cukup besar [15]. Di dalam organisasi itu sendiri, usaha ini masih berhadapan dengan masalah manajemen pemasaran yang tradisional dan kurangnya dana untuk pengembangan produk [16]. Meskipun demikian, pesantren memiliki basis pelanggan yang setia yang bisa dimanfaatkan dengan pendekatan bisnis yang sesuai dengan syariah.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini akan mengutamakan analisis mengenai peluang serta tantangan yang dihadapi oleh usaha air mineral dalam kemasan (AMDK) Nuri di Desa Potoan Daya dari sudut pandang bisnis Islami. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk menyusun strategi pengembangan usaha yang selaras dengan nilai-nilai syariah dan prinsip maqasid syariah, sehingga dapat meningkatkan daya saing serta keberlangsungan bisnis pesantren.

METODE PENELITIAN

Dalam studi ini, saya mengadopsi pendekatan kualitatif yang mengintegrasikan metode kajian literatur secara sistematis dengan analisis SWOT. Cara ini saya pilih karena ingin mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai kesempatan dan hambatan yang dihadapi oleh usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri di Desa Potoan Daya, terutama dalam konteks bisnis Islami dan prinsip maqasid syariah.

Selama tahap penelitian, saya mengumpulkan data sekunder dari berbagai referensi yang dianggap dapat dipercaya, seperti artikel jurnal ilmiah, buku-buku tentang ekonomi Islam, laporan resmi dari pemerintah (termasuk informasi dari Badan Pusat Statistik, Kementerian Agama, dan LPPOM MUI), serta studi-studi sebelumnya yang relevan dengan tema AMDK di pesantren. Selain itu, saya juga menggunakan laporan pasar dari lembaga riset seperti Euromonitor untuk memperkuat analisis yang saya lakukan.

[11] Jasser Auda, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (London: International Institute of Islamic Thought, 2008).
[12] MUI, "Panduan Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan."
[13] Mairizki, "Analisis Kelayakan Usaha Air Minum Dalam Kemasan Ditinjau Dari Perspektif Maqasid Syariah."
[14] A Nasution, "Pengelolaan Keuntungan Usaha Pesantren Untuk Program Sosial," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Islam* 4, no. 1 (2021): 98–110.
[15] International, "Indonesia Bottled Water Market Report 2023."
[16] A Pattasang, "Strategi Pemasaran Tradisional Pada Usaha AMDK Pesantren," *Jurnal Manajemen Bisnis* 9, no. 2 (2021): 33–41.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan meneliti literatur melalui berbagai basis data daring, seperti Google Scholar dan Garuda. Saya memakai kata kunci yang relevan, seperti "AMDK pesantren", "analisis SWOT dalam bisnis Islam", dan "maqasid syariah", serta membatasi pencarian pada sumber yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir agar data yang digunakan tetap terkini dan relevan.

Setelah data terkumpul, saya melakukan seleksi dan evaluasi untuk memastikan tidak ada data yang terduplikasi dan setiap sumber benar-benar sesuai dengan fokus penelitian saya. Data yang telah terpilih selanjutnya saya analisis dengan memisahkan informasi ke dalam tema-tema utama, seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang kemudian saya susun dalam format matriks SWOT. Hasil analisis ini saya hubungkan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan maqasid syariah untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai strategi pengembangan usaha AMDK Nuri.

Agar hasil penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan, saya memastikan validitas data melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai literatur dan laporan resmi. Saya juga hanya menggunakan data terkini dan berasal dari sumber yang dapat dipercaya, sehingga hasil analisis yang saya sajikan diharapkan benar-benar tepat dan dapat menjadi pedoman untuk pengembangan usaha serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri yang dikelola oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar di Desa Potoan Daya merupakan salah satu contoh konkret dari inovasi ekonomi berbasis pesantren yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap air bersih yang berkualitas. Berdasarkan hasil observasi di lapangan dan uji laboratorium, AMDK Nuri memiliki kapasitas produksi sekitar 300 galon per hari dengan kualitas air yang sangat baik. Ini terlihat dari angka Total Dissolved Solid (TDS) sebesar 50 ppm, yang jauh berada di bawah batas maksimum 500 ppm sebagaimana ditetapkan dalam SNI 3553:2015 [17]. Temuan ini mencerminkan komitmen pesantren dalam menyediakan produk yang tidak hanya halal, tetapi juga thayyib, sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis Islam [18].

Salah satu kekuatan utama AMDK Nuri terletak pada dukungan komunitas pesantren. Kesetiaan para santri dan warga sekitar menciptakan basis konsumen yang stabil, sebagaimana disampaikan oleh Wahyudi [19] dan Nasution et al. [20], bahwa keterlibatan pesantren dalam dunia usaha dapat mendorong kemandirian ekonomi serta memberikan dampak sosial yang lebih luas. Saat ini, AMDK Nuri juga sedang dalam tahap proses sertifikasi halal, yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk mereka.

Meski demikian, usaha ini menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Persaingan dengan merek-merek nasional seperti Aqua dan Le Minerale menjadi hambatan tersendiri, mengingat kedua merek tersebut menguasai lebih dari 60% pangsa pasar air minum kemasan

[17] RI, "Permenkes No. 492 Tahun 2010 Tentang Persyaratan Kualitas Air Minum."
[18] MUI, "Panduan Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan."
[19] Wahyudi, "Peran Pesantren Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia."
[20] Nasution, "Pengelolaan Keuntungan Usaha Pesantren Untuk Program Sosial."

di Indonesia dengan dukungan distribusi yang luas dan kekuatan modal yang besar [21]. Strategi pemasaran AMDK Nuri yang masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal menyebabkan rendahnya tingkat pengenalan merek di luar komunitas pesantren [22]. Selain itu, keterbatasan modal juga menghambat pengembangan kapasitas produksi maupun inovasi produk.

Di sisi lain, tingginya kebutuhan akan air minum kemasan di Madura menjadi peluang tersendiri, mengingat masih banyak masyarakat yang belum memiliki akses terhadap air layak konsumsi [23]. Program-program pemerintah seperti "Pesantren Produktif" serta insentif untuk pelaku UMKM membuka peluang pengembangan usaha ini ke arah yang lebih luas [24]. Selain itu, meningkatnya tren konsumsi produk yang halal dan ramah lingkungan juga memberikan potensi pasar yang menjanjikan bagi AMDK Nuri.

Analisis SWOT Untuk Usaha AMDK Nuri

Untuk Merumuskan strategi pengembangan yang tepat , berikut adalah hasil analisis SWOT terhadap usaha AMDK Nuri:

Tabel 1. Analisis SWOT terhadap usaha AMDK Nuri

Faktor Internal	**Faktor Eksternal**
a. Kekuatan Didukung komunitas pesantren yang loyal. Kualitas air memenuhi SNI dan thayyib. Proses menuju sertifikasi halal. Citra usaha berbasis syariah dan maqasid syariah.	b. Peluang Permintaan air bersih tinggi di Madura Dukungan program pemerintah untuk UMKM/pesantren Tren masyarakat terhadap produk halal dan ramah lingkungan Potensi ekspansi pasar di luar pesantren
c. Kelemahan Modal terbatas. Pemasaran masih tradisional. Kapasitas produksi terbatas. SDM belum optimal.	d. Ancaman Persaingan dengan merek besar (Aqua, Le Minerale). Harga pokok produksi relatif tinggi. Fluktuasi harga bahan baku dan biaya distribusi. Perubahan regulasi industri AMDK.

Strategi Pengembangan Berbasis SWOT

Merujuk pada analisis matriks SWOT sebelumnya, beberapa strategi pengembangan yang dapat diterapkan antara lain:

1) Strategi SO (Strength-Opportunity): Loyalitas konsumen dan kualitas air yang tinggi dapat dijadikan modal utama untuk memperluas jangkauan pasar di luar lingkungan pesantren. Hal ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan media digital

[21] International, "Indonesia Bottled Water Market Report 2023."
[22] Pattasang, "Strategi Pemasaran Tradisional Pada Usaha AMDK Pesantren."
[23] Statistik, "Persentase Penduduk Yang Memiliki Akses Terhadap Air Minum Layak 2023."
[24] RI, "Kontribusi Ekonomi Pesantren Di Indonesia."

untuk promosi, kerja sama dengan toko-toko lokal, serta penguatan citra produk sebagai air minum halal dan thayyib.

2) Strategi WO (Weakness-Opportunity): Untuk mengatasi keterbatasan dalam kapasitas produksi dan kurangnya inovasi kemasan, AMDK Nuri dapat mengakses program pembiayaan khusus UMKM atau dana hibah pemerintah. Selain itu, pelatihan pemasaran digital bagi tim internal juga penting untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.
3) Strategi ST (Strength-Threat): Keunggulan utama berupa kualitas produk dan proses sertifikasi halal harus dipertahankan agar mampu bersaing dengan merek-merek besar nasional. Edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya air yang sehat dan halal dapat menjadi nilai tambah yang membedakan produk di pasaran.
4) Strategi WT (Weakness-Threat): Untuk menghadapi keterbatasan sumber daya dan persaingan ketat, langkah efisiensi biaya operasional serta diversifikasi produk—misalnya dengan menyediakan kemasan botol kecil—dapat dilakukan. Perluasan jaringan distribusi juga penting agar tidak hanya bergantung pada segmen pasar pesantren.

Integrasi Prinsip Maqasid Syariah dalam Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha AMDK Nuri sebaiknya tetap berpijak pada nilai-nilai maqasid syariah sebagai landasan etis dan spiritual. Hal ini dapat diwujudkan melalui:

1) Perlindungan Agama (Hifdzuddin): Menjaga kepatuhan syariah dalam seluruh proses produksi dan distribusi, termasuk memperoleh sertifikasi halal dan menjamin ke-thayyiban produk.
2) Perlindungan Jiwa (Hifdzunnafs): Memberikan akses kepada masyarakat terhadap air minum yang bersih, aman, dan sehat.
3) Perlindungan Akal (Hifdzul 'Aql): Menyediakan informasi dan edukasi tentang pentingnya mengonsumsi air berkualitas bagi kesehatan dan kecerdasan.
4) Perlindungan Keturunan (Hifdzun Nasl): Mendorong pola hidup sehat di lingkungan keluarga dan pesantren melalui sosialisasi manfaat air bersih.
5) Perlindungan Harta (Hifdzul Mal): Menjalankan tata kelola usaha yang profesional, adil, dan transparan untuk menjaga keberlanjutan dan amanah dalam pengelolaan modal.

Penutup Hasil dan Pembahasan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa AMDK Nuri memiliki potensi besar untuk berkembang berkat dukungan dari komunitas pesantren serta kualitas produk yang kompetitif. Meski demikian, tantangan seperti keterbatasan modal dan persaingan dengan brand nasional harus diantisipasi melalui strategi pengembangan yang inovatif dan terintegrasi dengan prinsip bisnis Islami serta maqasid syariah. Fokus pada peningkatan promosi digital, penguatan kapasitas produksi, dan tata kelola keuangan yang baik merupakan kunci utama dalam mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha ini ke depan.

KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Nuri yang dikelola oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar di Desa Potoan Daya memiliki potensi pasar yang cukup besar. Hal ini didorong oleh tingginya kebutuhan masyarakat Madura akan air bersih, loyalitas konsumen dari kalangan pesantren, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal. Usaha ini juga telah mengadopsi nilai-nilai bisnis Islam, seperti menjaga mutu produk, transparansi dalam pengelolaan, serta pemberdayaan masyarakat sekitar. Namun demikian, AMDK Nuri masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti persaingan dengan merek-merek besar, keterbatasan modal, dan pemasaran yang masih bersifat tradisional. Meski demikian, tren positif dari konsumen yang semakin memperhatikan aspek kehalalan dan kelestarian lingkungan, serta dukungan dari pihak pemerintah, membuka peluang besar bagi pengembangan usaha ini ke depannya.

REFERENSI

Auda, Jasser. *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: International Institute of Islamic Thought, 2008.

International, Euromonitor. "Indonesia Bottled Water Market Report 2023." London: Euromonitor, 2023.

Mairizki, M. "Analisis Kelayakan Usaha Air Minum Dalam Kemasan Ditinjau Dari Perspektif Maqasid Syariah." *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2017): 112–23.

MUI, LPPOM. "Panduan Sertifikasi Halal Produk Air Minum Dalam Kemasan." Jakarta: LPPOM MUI, 2023.

Nasution, A. "Pengelolaan Keuntungan Usaha Pesantren Untuk Program Sosial." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Islam* 4, no. 1 (2021): 98–110.

Pattasang, A. "Strategi Pemasaran Tradisional Pada Usaha AMDK Pesantren." *Jurnal Manajemen Bisnis* 9, no. 2 (2021): 33–41.

RI, Kementerian Agama. "Kontribusi Ekonomi Pesantren Di Indonesia." Jakarta: Kementerian Agama RI, 2023.

RI, Kementerian Kesehatan. "Permenkes No. 492 Tahun 2010 Tentang Persyaratan Kualitas Air Minum." Jakarta: Kemenkes RI, 2010.

Statistik, Badan Pusat. "Persentase Penduduk Yang Memiliki Akses Terhadap Air Minum Layak 2023." Jakarta: BPS, 2023.

Wahyudi, A. "Peran Pesantren Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2022): 23–35.