



ABDI CENDEKIA:
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Volume 5 Nomor 3 Tahun 2026 Halaman 3046-3055
<https://zia-research.com/index.php/abdicendekia>



Eksistensi Pertamina Terhadap Penjual Bahan Bakar Minyak Eceran di Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Hendri Susanto¹, Sri Rahma², M. Maulana Hamzah³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email: hendrisusant714@gmail.com¹, sriahma@uinjambi.ac.id², mhamzah@uinjambi.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertolak dari fenomena menjamurnya usaha pertamini (Pertamina Mini) di tengah eksistensi penjual bahan bakar minyak (BBM) eceran konvensional, khususnya di Desa Lagan Tengah, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap dampak kehadiran pertamini terhadap keberlangsungan usaha penjual BBM eceran serta menganalisis praktik penjualan BBM pertamini tersebut dari sudut pandang etika bisnis Islam. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan lapangan (*field research*). Data dihimpun melalui observasi langsung, wawancara semi terstruktur terhadap pemilik pertamini, penjual BBM eceran, serta konsumen, dan dokumentasi, kemudian diperiksa keabsahannya melalui triangulasi sumber. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran pertamini membawa dampak positif berupa kemudahan pelayanan, ketersediaan BBM yang lebih terjamin, tambahan pendapatan bagi pemiliknya, dorongan bagi penjual eceran untuk memperbaiki mutu layanan, serta tersedianya alternatif bagi konsumen. Di sisi lain, kehadirannya juga menimbulkan dampak negatif berupa penurunan pendapatan penjual BBM eceran dan semakin sulitnya pelaku usaha pemula untuk bersaing. Ditinjau dari etika bisnis Islam, praktik penjualan BBM pertamini di Desa Lagan Tengah secara umum telah mencerminkan lima prinsip dasar, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran, meskipun pada aspek ketepatan takaran dan keamanan penyimpanan BBM masih memerlukan perbaikan agar sepenuhnya selaras dengan nilai-nilai syariat.

Kata Kunci: Eksistensi, Pertamina, BBM Eceran, Etika Bisnis Islam

The Existence of Pertamina Toward Retail Fuel Sellers in Lagan Tengah Village, Geragai District, East Tanjung Jabung Regency in the Perspective of Islamic Business Ethics

Abstract

This research departs from the growing phenomenon of pertamini (Mini Pertamina) outlets amid the continued existence of conventional retail fuel sellers, particularly in Lagan Tengah Village, Geragai District, East Tanjung Jabung Regency. This study aims to reveal the impact of pertamini on the sustainability of retail fuel sellers and to analyze the fuel-selling practice of pertamini from the perspective of Islamic business ethics. A descriptive qualitative method with a field research approach was employed. Data were collected through direct observation, semi-structured interviews with pertamini owners, retail fuel sellers, and

consumers, as well as documentation, and were validated through source triangulation. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that the presence of *pertamini* brings positive impacts, namely easier service, more guaranteed fuel availability, additional income for owners, encouragement for retail sellers to improve service quality, and additional alternatives for consumers. On the other hand, it also causes negative impacts in the form of declining income for retail fuel sellers and increasing difficulty for new entrants to compete. Viewed from Islamic business ethics, the fuel-selling practice of *pertamini* in Lagan Tengah Village generally reflects five basic principles, namely unity (*tauhid*), equilibrium, free will, responsibility, and truthfulness, although the accuracy of measurement and the safety of fuel storage still require improvement to be fully aligned with sharia values.

Keywords: *Existence, Pertamina, Retail Fuel, Islamic Business Ethics*

PENDAHULUAN

Bahan bakar minyak (BBM) merupakan salah satu kebutuhan pokok yang menopang mobilitas masyarakat sehari-hari. Kebutuhan terhadap BBM terus meningkat seiring kemajuan teknologi otomotif, sehingga semakin banyak masyarakat yang bergantung pada kendaraan bermotor untuk menunjang aktivitas ekonomi maupun sosialnya. BBM menjadi salah satu sumber daya paling vital yang dibutuhkan hampir di seluruh negara, baik yang tergolong miskin, berkembang, maupun maju (Suyanto & Assyari, 2019). Kondisi inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil untuk menjual BBM secara eceran di kios-kios yang letaknya relatif jauh dari Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU).

Beberapa tahun terakhir, model penjualan BBM eceran mengalami pergeseran dengan munculnya usaha yang dikenal masyarakat sebagai *pertamini* atau "Pertamina Mini". Usaha ini menggunakan alat pompa bertakaran mirip dispenser SPBU, baik model manual maupun digital, sehingga proses pengisian dianggap lebih praktis, higienis, dan minim ceceran dibandingkan penggunaan botol atau jeriken konvensional (Zahadina, 2017). Fenomena ini juga terjadi di Desa Lagan Tengah, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, sebuah desa yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, buruh tani, dan pedagang kecil yang sangat bergantung pada kendaraan bermotor untuk beraktivitas ke kebun maupun ke pasar.

Selisih harga antara BBM di SPBU dan BBM yang dijual secara eceran maupun melalui *pertamini* cenderung konsisten berada pada kisaran dua ribu hingga lima ribu rupiah per liter dalam lima tahun terakhir. Selisih tersebut pada dasarnya wajar mengingat adanya tambahan biaya transportasi dan operasional yang ditanggung pedagang, namun perbedaan takaran serta cara penentuan harga antarpengjual kerap menimbulkan pertanyaan tentang keadilan transaksi bagi konsumen. Padahal dalam ajaran Islam, aktivitas jual beli semestinya dilandasi kejujuran dan keadilan sebagaimana ditegaskan dalam berbagai ayat yang berkaitan dengan *muamalah* (Hulaimi, dkk., 2017).

Islam memandang aktivitas mencari nafkah, termasuk berdagang, sebagai bagian dari ibadah selama dilakukan dengan cara-cara yang halal dan baik. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk senantiasa berpegang pada norma dan etika bisnis agar aktivitas ekonominya membawa keberkahan, bukan sekadar mengejar keuntungan semata. Etika bisnis Islam menjadi pedoman normatif yang mengarahkan pelaku usaha untuk bersikap adil, jujur, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain, termasuk dalam persaingan usaha sesama pedagang BBM (A'yun, dkk., 2021).

Kehadiran *pertamini* di Desa Lagan Tengah yang kini berjumlah kurang lebih sepuluh unit usaha tidak dapat dilepaskan dari perannya sebagai peluang kerja alternatif bagi warga sekitar. Di sisi lain, kemunculan model bisnis baru ini secara langsung memengaruhi eksistensi penjual BBM eceran konvensional yang telah lebih dahulu beroperasi menggunakan botol maupun jeriken. Persaingan antara kedua bentuk usaha ini menarik untuk dikaji lebih jauh, terutama terkait bagaimana dampaknya terhadap keberlangsungan

usaha eceran serta bagaimana praktik penjualan BBM melalui Pertamina tersebut jika ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab dua persoalan pokok, yaitu: (1) bagaimana dampak penjualan BBM Pertamina terhadap penjualan BBM eceran di Desa Lagan Tengah; dan (2) bagaimana praktik penjualan BBM Pertamina di Desa Lagan Tengah apabila ditinjau dari etika bisnis Islam. Kajian ini diharapkan memberi kontribusi akademis bagi pengembangan studi ekonomi syariah, khususnya pada topik persaingan usaha mikro di sektor informal, sekaligus memberi manfaat praktis bagi pelaku usaha dan masyarakat dalam memahami hak dan kewajiban mereka dalam bertransaksi BBM secara adil.

KAJIAN TEORI

Konsep Eksistensi

Istilah eksistensi berasal dari bahasa Latin *existere* yang bermakna muncul, ada, atau timbul. Dalam pengertian filosofis, eksistensi tidak dipahami sebagai sesuatu yang statis, melainkan sebagai proses yang dinamis, senantiasa bergerak, berkembang, atau bahkan mengalami kemunduran, bergantung pada kemampuan aktualisasi diri dari subjek yang bersangkutan (Zaenal, 2007). Dalam konteks penelitian ini, eksistensi dimaknai sebagai keberadaan usaha Pertamina yang tumbuh dan memengaruhi ruang usaha yang sebelumnya telah diisi oleh penjual BBM eceran.

Pertamina sebagai Fenomena Bisnis BBM Eceran

Pertamina adalah sebutan yang lazim digunakan masyarakat untuk usaha penjualan BBM eceran yang tidak lagi mengandalkan botol atau jeriken, melainkan menggunakan alat pompa bertakaran, baik yang dioperasikan secara manual maupun digital. Usaha ini mulai dikenal sekitar tahun 2012 dan berkembang pesat sejak tahun 2014 sebagai alternatif pengisian BBM bagi kendaraan roda dua yang kehabisan bahan bakar ketika lokasi SPBU resmi masih jauh (Suyanto, 2019). Selain menjual Pertalite, sebagian besar Pertamina juga menjual Pertamax sebagai variasi produk.

Jual Beli dalam Perspektif Fikih Muamalah

Jual beli atau *al-ba'i* secara etimologis berarti menukar suatu barang dengan barang lain (Ghazally, 2010). Ulama fikih merumuskan pengertian jual beli dengan penekanan yang beragam; ulama Hanafiyah memandangnya sebagai tukar-menukar harta yang dilakukan melalui *ijab* dan *qabul* atas dasar kerelaan, sementara ulama Syafi'iyah menekankan aspek akad yang memperbolehkan perpindahan kepemilikan sesuai syarat-syarat yang telah ditentukan (Mustofa, 2016). Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jual beli pada intinya adalah pertukaran barang dengan nilai tertentu yang dilakukan secara sukarela oleh kedua belah pihak.

Dasar kebolehan jual beli ditegaskan dalam Al-Qur'an, di antaranya pada Surah Al-Baqarah ayat 198 yang menyatakan tidak ada dosa bagi seseorang untuk mencari karunia Allah melalui perniagaan, serta Surah An-Nisa ayat 29 yang melarang memakan harta sesama dengan jalan batil kecuali melalui perniagaan yang dilandasi kerelaan bersama (Shobirin, 2015). Ayat-ayat ini menjadi rujukan utama bahwa aktivitas berdagang, termasuk penjualan BBM eceran maupun Pertamina, dibenarkan selama dilakukan dengan prinsip suka sama suka dan tanpa unsur paksaan maupun penipuan.

Sahnya sebuah transaksi jual beli menurut jumhur ulama disyaratkan pada terpenuhinya empat rukun, yaitu adanya *'aqid* (orang yang berakad), *shighat* (ijab dan kabul), *ma'qud 'alaih* (barang yang diperjualbelikan), dan nilai tukar (Rajid, 2014). Objek yang diperjualbelikan disyaratkan berupa barang yang bermanfaat, telah menjadi milik penjual, dan dapat diserahkan pada saat transaksi berlangsung, sementara nilai tukarnya harus jelas jumlah dan waktu penyerahannya. Prinsip-prinsip inilah yang relevan digunakan

untuk menilai keabsahan transaksi jual beli BBM, baik pada Pertamina maupun pada penjual eceran.

Etika Bisnis Islam

Etika secara etimologis berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti adat istiadat atau karakter baik yang melekat pada individu maupun kelompok masyarakat (Echdar & Maryadi, 2019). Etika bisnis Islam sendiri merupakan seperangkat norma dan nilai yang bersumber dari *syariah* untuk mengarahkan pelaku usaha agar konsisten menjalankan bisnisnya dengan penuh tanggung jawab, kejujuran, dan keadilan. Aktivitas bisnis dalam pandangan Islam tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai keislaman yang telah termaktub dalam hukum perdata Islam serta senantiasa menjunjung tinggi etika (Ihwanudin, dkk., 2022).

Beekun (2004) dan sejumlah pemikir ekonomi Islam merumuskan lima aksioma dasar etika bisnis Islam yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, yaitu prinsip *tauhid* (kesatuan), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), serta kebenaran yang meliputi kebajikan dan kejujuran. Kelima prinsip tersebut diuraikan sebagai berikut.

1. Tauhid (*Unity*)

Prinsip *tauhid* menegaskan bahwa seluruh alam semesta beserta isinya merupakan milik Allah SWT, sedangkan manusia hanya berperan sebagai pemegang amanah (*khalifah*) yang bertugas mengelola sumber daya secara jujur dan bertanggung jawab (Rivai, dkk., 2012). Dalam bisnis, prinsip ini mengajarkan bahwa aktivitas berdagang bukan semata bertujuan meraih laba, melainkan juga merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT sebagaimana termaktub dalam Surah Al-An'am ayat 126-127.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan menuntut pelaku bisnis untuk berlaku adil dalam menetapkan harga, menyempurnakan takaran dan timbangan, serta tidak berlebihan maupun kikir dalam mengelola harta, sebagaimana ditegaskan dalam Surah Al-Isra ayat 35 dan Surah Al-Furqan ayat 67-68 (Badroen, 2006). Keadilan dalam ukuran dan timbangan merupakan hak konsumen yang wajib dijaga oleh setiap pedagang.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Manusia sebagai *khalifah* di muka bumi memiliki kebebasan untuk menentukan pilihan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, termasuk kebebasan membuat perjanjian dan mengembangkan usaha. Namun demikian, kebebasan tersebut selalu diiringi konsekuensi, baik berupa pahala maupun dosa, sebagaimana dinyatakan dalam Surah An-Nisa ayat 85 (Naqvi, 2003).

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab menegaskan bahwa setiap kebebasan yang dimiliki manusia dalam berbisnis harus disertai pertanggungjawaban atas segala aktivitas yang dilakukan. Surah Al-Muddassir ayat 38 menegaskan bahwa setiap individu akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah diperbuatnya, termasuk terhadap mutu produk yang dijual dan keselamatan pihak lain (Badroen, 2006).

5. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Prinsip kebenaran menekankan pentingnya sikap jujur dan terbuka dalam berinteraksi dengan mitra bisnis. Rasulullah SAW bersabda bahwa pedagang yang jujur dan terpercaya kelak akan bersama para nabi, orang-orang *shiddiq*, dan para *syuhada* (HR. Tirmidzi). Kejujuran dalam takaran dan penyampaian informasi produk menjadi indikator utama penerapan prinsip ini dalam praktik jual beli BBM.

Persaingan Usaha dalam Bisnis Islam

Persaingan usaha dalam Islam diperbolehkan selama dilakukan dengan cara-cara yang sehat dan tidak merugikan pihak lain. Yusanto dan Widjajakusuma (2002) menekankan bahwa Rasulullah SAW dalam berdagang tidak pernah berupaya menjatuhkan pesaingnya,

melainkan senantiasa mengedepankan pelayanan terbaik tanpa menghalalkan segala cara. Terdapat tiga unsur yang perlu dicermati dalam persaingan bisnis Islami, yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara bersaing, dan objek yang dipersaingkan, yang meliputi produk, harga, tempat, dan pelayanan.

Dalam konteks persaingan antara pertamini dan penjual BBM eceran, keempat objek persaingan tersebut menjadi relevan untuk dianalisis. Produk yang dijual harus jelas kehalalan dan kualitasnya, harga tidak boleh dibanting untuk menjatuhkan pesaing, tempat usaha harus bersih dan aman, sedangkan pelayanan harus diberikan secara ramah tanpa mendekati praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Muhajirin, 2007).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan lapangan (*field research*) yang bertujuan mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan fenomena eksistensi pertamini terhadap penjual BBM eceran secara apa adanya sesuai kondisi di lapangan (Mardalis, 2004). Penelitian dilaksanakan di Desa Lagan Tengah, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, sebuah wilayah yang menjadi lokasi beroperasinya baik usaha pertamini maupun penjual BBM eceran botolan.

Objek penelitian ini adalah eksistensi usaha pertamini dan dampaknya terhadap penjual BBM eceran, yang diamati melalui aktivitas transaksi harian yang berlangsung antara penjual dan konsumen. Sumber data terdiri atas data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara dan observasi terhadap pemilik pertamini, penjual BBM eceran, dan konsumen, serta data sekunder yang bersumber dari literatur, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan (Suyanton & Sutinah, 2007).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara yang saling melengkapi, yaitu observasi partisipatif terhadap praktik transaksi di lapangan, wawancara semi terstruktur terhadap informan kunci, dan dokumentasi berupa foto kegiatan transaksi serta bukti harga pada mesin pertamini. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan hasil wawancara antarinforman serta membandingkannya dengan hasil observasi langsung di lapangan (Moleong, 2017).

Analisis data mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Saleh, 2017). Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi yang relevan dari hasil wawancara dan observasi; penyajian data disusun dalam bentuk narasi dan tabel perbandingan untuk memudahkan interpretasi; sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan diverifikasi ulang untuk memastikan relevansinya dengan rumusan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Lagan Tengah merupakan salah satu dari delapan desa di wilayah Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, dengan luas wilayah sekitar 81,69 km² dan jumlah penduduk 3.737 jiwa yang tersebar pada 12 dusun. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani kelapa dan buruh tani yang sangat bergantung pada kendaraan bermotor untuk mobilitas sehari-hari, sementara jarak desa menuju SPBU resmi terdekat relatif jauh, yakni berkisar 12-23 kilometer. Kondisi geografis inilah yang mendorong tumbuhnya usaha penjualan BBM eceran, baik dalam bentuk botolan konvensional maupun pertamini, sebagai solusi atas keterbatasan akses masyarakat terhadap BBM.

Bentuk Operasional Penjualan BBM Pertamina dan Eceran

Pertamini di Desa Lagan Tengah pada umumnya menggunakan tangki penyimpanan berkapasitas 190-200 liter yang dilengkapi alat pompa manual maupun digital dengan harga alat berkisar Rp5.000.000 hingga Rp20.000.000 tergantung jenisnya. Penjualan dilakukan menyerupai mekanisme di SPBU, yaitu konsumen dapat membeli sesuai nominal rupiah

yang diinginkan. Salah satu pemilik pertamini menuturkan bahwa harga per liter yang ditetapkan berkisar Rp12.500 hingga Rp13.000, namun pembeli tetap dapat menyesuaikan jumlah pembelian sesuai kemampuan (wawancara dengan Anwar, pemilik pertamini, 2026).

Sementara itu, penjual BBM eceran di desa yang sama umumnya masih menggunakan botol berukuran satu liter dengan harga per botol berkisar Rp13.000 untuk Peralite dan Rp15.000 untuk Pertamina. Salah seorang penjual eceran menjelaskan bahwa perbedaan harga tersebut semata-mata mencerminkan perbedaan volume isi botol, bukan indikasi kecurangan, sebab botol dengan harga lebih rendah memang sengaja tidak diisi penuh untuk menyesuaikan daya beli konsumen (wawancara dengan Sugeng, penjual BBM eceran, 2026). Pengamatan peneliti di lapangan turut menemukan variasi takaran antarbotol yang cukup mencolok, sehingga konsumen perlu lebih cermat dalam memilih penjual.

Perbandingan mekanisme penjualan antara kedua bentuk usaha ini menunjukkan bahwa pertamini menawarkan keunggulan pada aspek presisi takaran melalui alat ukur digital, sedangkan penjual eceran lebih unggul pada aspek fleksibilitas modal usaha yang jauh lebih kecil dibandingkan investasi alat pertamini.

Dampak Penjualan BBM Pertamina terhadap Penjualan BBM Eceran

Persaingan dalam dunia usaha, dalam bentuk apa pun, senantiasa membawa konsekuensi bagi pelaku usaha yang bersaing di dalamnya. Kehadiran pertamini di Desa Lagan Tengah terbukti membawa dua sisi dampak yang saling berlawanan terhadap penjual BBM eceran, sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Dampak Positif dan Negatif Kehadiran Pertamina terhadap Penjual BBM Eceran

Aspek	Dampak Positif	Dampak Negatif
Pelayanan	Proses pengisian lebih cepat dan praktis berkat alat ukur digital	-
Ketersediaan	Pasokan BBM lebih terjamin karena tersedia banyak pilihan penjual	-
Pendapatan	Menambah pendapatan bagi pemilik usaha pertamini	Menurunkan pendapatan penjual BBM eceran akibat perpindahan pelanggan
Persaingan usaha	Mendorong penjual eceran meningkatkan kualitas pelayanan	Menyulitkan tumbuhnya usaha BBM eceran pemula karena keterbatasan modal
Pilihan konsumen	Memberikan alternatif baru bagi konsumen sesuai kebutuhan	-

Sumber: Hasil wawancara dan observasi peneliti, Mei 2026

Dampak Positif

Kemudahan pelayanan menjadi dampak positif pertama yang paling dirasakan konsumen. Sistem digital pada pertamini memungkinkan proses pengisian berlangsung lebih cepat dibandingkan metode manual pada penjual eceran, sebagaimana disampaikan salah seorang konsumen yang mengaku lebih sering membeli di pertamini karena tidak perlu menunggu lama (wawancara dengan Gunawan, konsumen, 2026).

Kedua, ketersediaan BBM yang lebih terjamin turut dirasakan warga desa karena semakin banyaknya pilihan penjual, baik SPBU, penjual eceran, maupun pertamini. Seorang warga menuturkan bahwa ia cenderung memilih penjual yang paling dekat dan mudah dijangkau demi menghindari risiko kehabisan bahan bakar di tengah aktivitas (wawancara dengan Riyan, konsumen, 2026).

Ketiga, keberadaan pertamini menjadi sumber pendapatan tambahan yang signifikan bagi pemiliknya. Salah satu pemilik usaha menyatakan bahwa usaha pertamini menjadi usaha sampingan yang cukup menjanjikan di tengah keterbatasan lapangan kerja di desa (wawancara dengan Purwanto, pemilik pertamini, 2026).

Keempat, kehadiran pesaing baru justru mendorong penjual BBM eceran untuk memperbaiki kualitas pelayanannya agar tidak kehilangan pelanggan. Beberapa penjual eceran mengaku kini lebih mengutamakan keramahan dan kecepatan pelayanan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama sebagai strategi bertahan (wawancara dengan Ismail dan Fita Sari, penjual BBM eceran, 2026).

Kelima, kehadiran pertamini memperluas alternatif pilihan bagi konsumen tanpa sepenuhnya menggantikan peran penjual eceran. Dalam situasi tertentu, misalnya ketika pertamini sedang ramai pembeli atau lokasinya lebih jauh, konsumen tetap memilih membeli di penjual eceran terdekat (wawancara dengan Melano dan Joni, konsumen, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa kedua bentuk usaha tersebut pada dasarnya saling melengkapi, bukan sepenuhnya saling meniadakan.

Dampak Negatif

Di sisi lain, dampak negatif yang paling menonjol adalah penurunan pendapatan penjual BBM eceran. Salah seorang penjual mengungkapkan bahwa sejak kehadiran pertamini, jumlah pembeli hariannya menurun drastis dibandingkan sebelumnya (wawancara dengan Andri, penjual BBM eceran, 2026). Kondisi ini membuat sebagian penjual eceran hanya mengandalkan pelanggan tetap dan pembeli dalam situasi darurat.

Dampak negatif kedua adalah semakin sulitnya pelaku usaha pemula untuk memulai bisnis BBM eceran di tengah persaingan dengan pertamini yang menawarkan layanan lebih modern. Keterbatasan modal untuk membeli alat pertamini menjadi kendala tersendiri bagi calon pedagang baru, sehingga mereka cenderung kalah bersaing sejak awal (wawancara dengan Anton, penjual BBM eceran, 2026).

Dalam perspektif etika bisnis Islam, kompetisi semacam ini semestinya tetap dilandasi semangat persaudaraan dan tidak menimbulkan kerusakan (*mafsadat*) bagi pihak lain, sebagaimana ditegaskan dalam Surah Al-Qashash ayat 77 yang memerintahkan manusia untuk berbuat baik kepada sesama dan menghindari kerusakan di muka bumi. Persaingan yang sehat antara pertamini dan penjual eceran seyogianya tidak dimaknai sebagai upaya saling menjatuhkan, melainkan sebagai dinamika alami yang mendorong perbaikan kualitas layanan bagi masyarakat.

Praktik Penjualan BBM Pertamini Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Sebagai aktivitas muamalah, penjualan BBM oleh pertamini di Desa Lagan Tengah perlu dinilai kesesuaiannya dengan lima prinsip dasar etika bisnis Islam. Berikut uraian hasil analisis terhadap masing-masing prinsip.

1. Prinsip Tauhid (*Unity*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas penjual pertamini menyadari usahanya bukan semata sarana mencari keuntungan, melainkan juga wujud memenuhi kebutuhan warga desa akan BBM. Salah satu penjual menuturkan bahwa kehadiran pertamini didirikan agar masyarakat, khususnya yang beraktivitas ke kebun dan pasar, dapat lebih mudah memperoleh bahan bakar tanpa harus menempuh jarak jauh ke SPBU resmi (wawancara dengan Halimi, penjual pertamini, 2026). Kedekatan hubungan sosial antara penjual dan konsumen, yang bahkan memungkinkan sistem berutang bagi pelanggan yang belum memiliki uang tunai, mencerminkan nilai persaudaraan yang menjadi bagian dari prinsip *tauhid* dalam etika bisnis Islam. Meski demikian, peneliti juga menjumpai sebagian kecil pedagang yang kurang memperhatikan kebersihan tempat usaha dan minim memberikan informasi produk kepada pembeli, sehingga penerapan prinsip ini belum sepenuhnya merata.

2. Prinsip Keseimbangan (Equilibrium)

Harga jual BBM pada pertamini di Desa Lagan Tengah relatif lebih tinggi dibandingkan harga di SPBU, yang menurut penjual disebabkan oleh biaya transportasi pengambilan BBM dari SPBU yang berjarak cukup jauh (wawancara dengan Intan, penjual pertamini, 2026). Konsumen pada umumnya memahami dan menerima kondisi tersebut karena tetap diuntungkan dari sisi kedekatan lokasi dan efisiensi waktu. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya keraguan sebagian konsumen terhadap ketepatan takaran yang dihasilkan mesin pertamini, mengingat kemungkinan terjadinya *human error* atau kerusakan pada alat ukur (wawancara dengan Amat Zam-zami, konsumen, 2026). Kondisi ini mengindikasikan bahwa prinsip keseimbangan dalam hal transparansi takaran masih memerlukan perhatian lebih lanjut, mengingat keakuratan ukuran dan timbangan merupakan hak konsumen yang tidak boleh diabaikan dalam etika bisnis Islam.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Transaksi jual beli BBM di pertamini berlangsung atas dasar kesukarelaan tanpa adanya unsur paksaan dari pihak penjual. Salah satu penjual menegaskan bahwa konsumen datang membeli atas kemauan sendiri karena pertimbangan jarak yang lebih dekat dibandingkan SPBU (wawancara dengan Purwanto, penjual pertamini, 2026). Konsumen juga memiliki kebebasan penuh menentukan jumlah pembelian sesuai kebutuhan dan anggaran yang dimiliki. Kendati dalam situasi tertentu, misalnya pada malam hari ketika penjual eceran sudah tutup, pilihan konsumen menjadi terbatas pada pertamini, kondisi ini tidak dapat dikategorikan sebagai bentuk paksaan karena keputusan akhir tetap berada di tangan konsumen itu sendiri.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Sebagian besar penjual pertamini berupaya menjaga mutu BBM dengan membeli langsung dari SPBU resmi agar terhindar dari pencampuran bahan bakar yang dapat merugikan konsumen (wawancara dengan Nita, pemilik pertamini, 2026). Akan tetapi, aspek keselamatan penyimpanan BBM masih menjadi catatan penting, mengingat sebagian lokasi usaha menyimpan jeriken cadangan di area terbuka yang berdekatan dengan permukiman warga tanpa dilengkapi alat pemadam kebakaran (wawancara dengan Arbain, warga sekitar, 2026). Tanggung jawab dalam etika bisnis Islam tidak semata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mencakup perlindungan keselamatan masyarakat dan lingkungan sekitar tempat usaha.

5. Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Mayoritas penjual pertamini berupaya bersikap terbuka mengenai harga dan jenis BBM yang dijual, termasuk menginformasikan kepada pelanggan apabila terjadi kenaikan harga (wawancara dengan Intan, penjual pertamini, 2026). Sikap jujur ini dipandang penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang, sebagaimana ditegaskan salah satu penjual bahwa ketidakjujuran hanya akan membuat pembeli enggan kembali (wawancara dengan Susilowati, penjual pertamini, 2026). Meski demikian, transparansi terkait ketepatan takaran mesin digital masih perlu ditingkatkan melalui kalibrasi berkala agar prinsip kejujuran benar-benar terwujud secara menyeluruh, sejalan dengan tuntunan Rasulullah SAW yang menempatkan pedagang jujur pada kedudukan mulia bersama para nabi dan orang-orang *shiddiq*.

Secara keseluruhan, praktik penjualan BBM pertamini di Desa Lagan Tengah menunjukkan kecenderungan yang selaras dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, terutama pada aspek kesukarelaan transaksi dan orientasi pemenuhan kebutuhan masyarakat. Namun demikian, dua aspek yang masih memerlukan perbaikan adalah transparansi dan ketepatan takaran BBM, serta standar keselamatan dalam penyimpanan bahan bakar. Kedua aspek ini penting untuk ditindaklanjuti mengingat keduanya berkaitan langsung dengan hak dan keselamatan konsumen sebagai pihak yang harus dilindungi dalam setiap transaksi muamalah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan dua hal pokok. Pertama, kehadiran pertamini di Desa Lagan Tengah membawa dampak positif berupa kemudahan pelayanan, ketersediaan BBM yang lebih terjamin, tambahan pendapatan bagi pemiliknya, dorongan perbaikan kualitas layanan bagi penjual eceran, dan tersedianya alternatif baru bagi konsumen. Di sisi lain, kehadirannya turut menimbulkan dampak negatif berupa penurunan pendapatan penjual BBM eceran serta semakin sulitnya pelaku usaha pemula untuk bersaing dalam sektor ini.

Kedua, praktik penjualan BBM pertamini di Desa Lagan Tengah secara umum telah mencerminkan penerapan lima prinsip etika bisnis Islam, yaitu *tauhid*, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran, meskipun penerapannya belum sepenuhnya optimal. Prinsip kehendak bebas dan *tauhid* relatif telah terlaksana dengan baik melalui transaksi yang bersifat sukarela dan orientasi pemenuhan kebutuhan masyarakat, sementara prinsip keseimbangan dan tanggung jawab masih memerlukan perbaikan, khususnya pada aspek ketepatan takaran mesin digital dan standar keselamatan penyimpanan bahan bakar.

Selanjutnya, saran/masukan/rekomendasi bagi pelaku usaha pertamini, disarankan untuk secara rutin melakukan kalibrasi mesin digital guna menjaga keakuratan takaran dan kepercayaan konsumen, serta melengkapi tempat usaha dengan standar keselamatan yang memadai, seperti alat pemadam api ringan, mengingat tingginya risiko kebakaran pada usaha penjualan BBM. Bagi penjual BBM eceran, disarankan untuk terus berinovasi dalam pelayanan serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan sebagai strategi bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, tanpa mengabaikan prinsip kejujuran dalam menakar volume BBM yang dijual. Bagi pemerintah desa dan instansi terkait, disarankan untuk memberikan pembinaan dan pengawasan terhadap standar keselamatan usaha pertamini serta mendorong sosialisasi mengenai praktik bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam bagi seluruh pelaku usaha BBM di wilayah tersebut. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan pendekatan campuran (*mixed methods*) guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak ekonomi kehadiran pertamini terhadap pelaku usaha eceran di berbagai wilayah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. A. N., dkk. (2021). Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online pada e-commerce populer di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSSDA)*, 1(2), 170.
- Badroen, F. (2006). *Etika bisnis dalam Islam*. Prenada Media Group.
- Beekun, R. I. (2004). *Etika bisnis Islam*. Pustaka Pelajar.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *Business ethics and entrepreneurship*. CV Budi Utama.
- Faisal. (2016). *Pelaksanaan penjualan bensin eceran ditinjau dari etika bisnis Islam* [Skripsi]. IAIN Bengkulu.
- Ghazally, A. R. (2010). *Fiqh muamalah*. Kencana Prenada Media Group.
- Hulaimi, A., dkk. (2017). Etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(1), 6.
- Ihwanudin, N., dkk. (2022). *Etika dalam bisnis*. Widina Bhakti Persada.
- Kurniawan, D. (2020). *Perilaku bisnis pedagang bensin eceran berdasarkan hukum ekonomi Islam di Bacukiki Kota Parepare* [Skripsi]. IAIN Parepare.
- Mardalis. (2004). *Metode penelitian: Suatu pendekatan proposal* (Cet. 7). Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhajirin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Munazaroh, M. U. (2022). *Praktik jual beli BBM Pertamina menggunakan jerigen besi di SPBU Pertamina 54.614.09 Desa Glagahan Kecamatan Perak Kabupaten Jombang ditinjau dari Peraturan Menteri ESDM Nomor 13 Tahun 2017 dan hukum Islam* [Skripsi]. IAIN Kediri.

- Mustofa, I. (2016). *Fiqih muamalah kontemporer*. Rajagrafindo Persada.
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggagas ilmu ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Rahman, G. (2021). *Konsep penetapan harga dan takaran pada penjual bahan bakar pertamini dengan eceran di Kota Palangka Raya* [Skripsi]. IAIN Palangka Raya.
- Rajid, S. (2014). *Fiqh Islam*. Sinar Baru Algensindo.
- Rivai, V., dkk. (2012). *Islamic business and economic ethics*. PT Bumi Aksara.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Rahmadhan.
- Shamsul Hadi, M. T. (2019). *Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli bahan bakar minyak (BBM) pom mini* [Skripsi]. IAIN Ponorogo.
- Shobirin. (2015). Jual beli dalam pandangan Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(2), 244.
- Suyanto, H. (2019). *Banyaknya penjualan BBM menggunakan pom mini tanpa dilengkapi izin di Kecamatan Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Suyanto, H., & Assyari, F. (2019). *Banyaknya penjualan BBM dengan menggunakan pom mini tanpa dilengkapi izin di Kecamatan Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. *Jurnal Legalitas*, 4(2), 106.
- Suyanton, B., & Sutinah. (2007). *Metode penelitian sosial* (Ed. 1, Cet. III). Kencana Prenada Media Group.
- Yusanto, I., & Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas bisnis Islam*. Gema Insani Press.
- Zaenal, A. (2007). *Analisis eksistensial*. PT Raja Grafindo Persada.
- Zahadina, Z. (2017). *Tinjauan hukum Islam terhadap legalitas penjualan bahan bakar minyak (BBM) pom mini dengan menggunakan nozzle di Kota Malang* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.