



REPUTASI PERTAMINA PASCA SKANDAL KORUPSI DAN PENGOPLOSAN PERTAMAX (Studi Kasus: Kabupaten Serang)

PERTAMINA'S REPUTATION AFTER THE PERTAMAX CORRUPTION AND ADULTIPLICATION SCANDAL (Case Study: Serang Regency)

Vera Maria¹, Aninda Anggia Putri², Tito Vielanivano³, Salimah Zakia⁴, Siti Masitoh⁵

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: vera.maria@untirta.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 30-12-2025

Revised : 01-01-2026

Accepted : 03-01-2026

Published : 05-01-2026

Abstract

This study examines changes in sales and image recovery efforts at PT Pertamina following the corruption scandal and Pertamina adulteration scandal that went viral on social media. The methodology employed was descriptive qualitative, with data collected through interviews and direct analysis of Pertamina product usage as the primary sources. The research findings indicate that the incident significantly reduced consumer trust and triggered a shift to competitors, such as Shell. The perceived slow and reactive response from management and the government further tarnished the company's image, with the primary problem being a weak internal oversight system. Nevertheless, Pertamina's extensive network of fuel stations across Indonesia remains a primary choice for consumers. Short-term strategies, including discounts and vouchers, have proven effective only temporarily. Long-term recovery requires internal reform through improved oversight, transparency, systematic audits, and open communication. Therefore, strengthening governance and ethics is crucial for restoring the company's reputation and maintaining customer loyalty in the future.

Keywords: *Corruption, Pertamina, Consumer Trust, Social Media*

Abstrak

Studi ini mengkaji perubahan dalam penjualan dan usaha pemulihan citra PT Pertamina setelah terjadinya skandal korupsi serta pengoplosan Pertamina yang viral di media sosial. Metodologi yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan analisis langsung dari penggunaan produk Pertamina sebagai sumber utama. Temuan penelitian menunjukkan bahwa insiden tersebut secara signifikan mengurangi kepercayaan konsumen dan memicu pergeseran kepada pesaing lain, seperti Shell. Respons dari manajemen dan pemerintah yang dianggap lambat dan reaktif semakin memperburuk citra perusahaan, dengan masalah utama terletak pada lemahnya sistem pengawasan internal. Meski demikian, jaringan luas stasiun pengisian bahan bakar Pertamina di Indonesia tetap menjadikannya pilihan utama bagi konsumen. Strategi jangka pendek yang meliputi diskon dan pemberian voucher hanya terbukti efektif untuk sementara waktu. Untuk pemulihan jangka panjang diperlukan reformasi dalam perusahaan melalui peningkatan sistem pengawasan, transparansi, audit yang sistematis, dan komunikasi yang terbuka. Dengan cara ini, penguatan dalam tata kelola dan etika sangat penting untuk memulihkan reputasi serta menjaga kesetiaan pelanggan di masa depan.

Kata Kunci: Korupsi, Pertamina, Kepercayaan Konsumen, Media Sosial.



PENDAHULUAN

PERTAMINA adalah perusahaan milik negara yang bergerak di bidang minyak dan gas, berdiri sejak 10 Desember 1957 dengan nama awal PT PERMINA. Pada 1961, nama perusahaan ini berubah menjadi PN PERMINA. Kemudian, setelah bergabung dengan PN PERTAMINA pada tahun 1968, sebutan resmi menjadi PN PERTAMINA. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1971, nama resmi perusahaan menjadi PERTAMINA. Nama tersebut terus dipakai hingga status hukumnya berubah menjadi PT PERTAMINA (Persero) pada 17 September 2003, berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 yang ditetapkan pada 23 November 2001.

Pengelolaan distribusi Bahan Bakar Minyak (BBM) di Indonesia berada di bawah wewenang PT Pertamina, yang adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di sektor energi, khususnya dalam penyediaan BBM. Bahan Bakar Minyak (BBM) adalah komoditas strategis yang berperan penting dalam mendukung perekonomian Indonesia (Tambunan et al. , 2022). Populasi yang besar serta mobilitas masyarakat yang terus meningkat membuat permintaan akan BBM terus bertambah dari waktu ke waktu. Pertamina menawarkan dua jenis bahan bakar utama, yaitu bensin dan diesel. Jenis BBM dalam kategori bensin termasuk Pertalite, Pertamax, Pertamax Green, Pertamax Turbo, dan Pertamax Racing.

Kasus korupsi dan pengoplosan Pertamax oleh PT Pertamina menyebabkan terjadinya viralitas, skandal, dan memiliki dampak signifikan terhadap reputasi serta pergerakan penjualan yang memiliki relevansi besar dalam usaha memperkuat integritas dan pengelolaan kepercayaan publik. Viralitas diartikan sebagai penyebaran cepat konten dari satu orang ke orang lain melalui jejaring sosial, terutama berbasis internet dan teknologi mobile.

Fenomena ini dapat membentuk persepsi publik terhadap suatu entitas, termasuk perusahaan. Skandal adalah bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan, biasanya diakibatkan oleh kegagalan manajerial atau agen perusahaan dalam menjalankan tugasnya. Ini menandakan lemahnya sistem pengelolaan perusahaan. Memperkuat integritas dan tata kelola menjadi sangat penting untuk menghindari praktik korupsi yang merugikan negara dan masyarakat luas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dinamika penjualan Pertamina dalam meningkatkan citra dan mempertahankan loyalitas pelanggan setelah terjadinya skandal korupsi dan pengoplosan pertamax, mengevaluasi dampak viralitas kasus Pertamina terhadap penjualan, serta mengeksplorasi efek dari skandal korupsi dan pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen terhadap produk Pertamina.

Kajian Teoritis

Kajian teoritis dalam penelitian ini didasarkan pada gagasan mengenai citra perusahaan, kepercayaan konsumen, viralitas di media sosial, dan pengelolaan perusahaan. Citra perusahaan adalah pandangan publik mengenai suatu institusi setelah menilai pengalaman, informasi, dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (Kotler dan Keller, 2016). Kepercayaan konsumen juga memiliki peran krusial dalam mempengaruhi keputusan untuk membeli. Morgan dan Hunt (1994) menyatakan bahwa kepercayaan muncul ketika konsumen yakin bahwa sebuah perusahaan memiliki integritas, kejujuran, dan kemampuan dalam menyediakan produk atau layanan.



Fenomena viral di media sosial menjadi faktor tambahan yang mempercepat distribusi informasi tentang suatu peristiwa. Kaplan dan Haenlein (2011) menggambarkan bahwa media sosial dapat mempercepat penyebaran informasi karena karakteristiknya yang interaktif, mudah untuk dibagikan, dan mampu membentuk opini publik dengan cepat. Dalam konteks pengelolaan perusahaan, teori principal-agent menekankan pentingnya pengawasan terhadap agen (manajemen) untuk mencegah tindakan menyimpang dari kepentingan perusahaan dan masyarakat. Jensen dan Meckling (1976) mengungkapkan bahwa lemahnya sistem pengawasan internal dapat membuka kesempatan terjadinya penipuan, korupsi, dan manipulasi.

Dengan berlandaskan pada teori-teori tersebut, penelitian ini menilai bahwa skandal korupsi dan pencampuran Pertamina memiliki keterkaitan langsung dengan turunnya kepercayaan konsumen, penyebaran isu melalui media sosial, kelemahan dalam pengelolaan perusahaan, serta dinamika perubahan citra Pertamina di pandangan publik.

METODE PENELITIAN

Metode Studi ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, yang berarti menguraikan data secara sistematis, berdasarkan fakta dan akurat, dengan berusaha menggali makna yang lebih mendalam (Kriyantono, 2020). Dalam pendekatan kualitatif, informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti individu, dokumen tulisan, arsip, dan kondisi lingkungan yang diamati. Sumber data terbagi menjadi dua kategori utama: data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari subjek yang diteliti (Kamal dan Bashori, 2024). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dan analisis langsung dari pengguna produk Pertamina. Peneliti secara aktif mengeksplorasi pendapat narasumber untuk menentukan dinamika penjualan dan kepercayaan masyarakat setelah terjadinya dugaan kasus korupsi di Pertamina. Sementara itu, data sekunder adalah informasi yang didapatkan secara tidak langsung dari berbagai referensi. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku akademik, jurnal ilmiah, artikel di situs web, dan referensi pustaka lain yang mendukung analisis teoritis dan kontekstual terhadap fokus kajian ini.

Penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data dan informasi yang dilaksanakan dengan tatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2020). Terdapat beberapa kelebihan pengumpulan data melalui wawancara, yaitu untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, mendapatkan informasi yang lebih berkembang, mendapatkan Informasi yang lebih akurat, bisa mengontrol situasi dan kondisi, mudah menyimpulkan data dan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan informasi dari wawancara dengan narasumber, terungkap bahwa skandal korupsi dan pengoplosan produk Pertamina di dalam Pertamina berdampak serius pada citra perusahaan serta kepercayaan masyarakat. Kasus ini membuat konsumen merasa dirugikan dan dikhianati, mengingat Pertamina adalah satu-satunya perusahaan milik negara yang memiliki peran penting dalam menyediakan bahan bakar nasional. Salah satu efek langsung dari insiden ini adalah penurunan loyalitas pelanggan, yang terlihat dari berpindahnya sebagian konsumen ke pesaing seperti Shell atau perusahaan energi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen



adalah aspek yang sangat rentan dan bisa berubah dengan cepat jika perusahaan tidak menjaga integritasnya.

Lebih jauh lagi, masalah ini mencerminkan adanya krisis kepercayaan yang signifikan. Bagi perusahaan strategis seperti Pertamina, kepercayaan masyarakat adalah aset yang sama pentingnya dengan infrastruktur fisik atau jaringan distribusi. Namun, krisis yang muncul sebagai akibat dari lemahnya pengawasan internal menunjukkan bahwa pengelolaan perusahaan belum berjalan dengan baik. Narasumber berpendapat bahwa respons dari pemerintah dan Pertamina cenderung reaktif. Tindakan dan kebijakan baru hanya diambil setelah masalah ini menjadi perhatian publik melalui viral di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sistem deteksi dini dan pengawasan proaktif masih sangat lemah, padahal tindakan tersebut penting untuk mencegah dampak negatif yang lebih luas.

Masalah utama sebenarnya terletak pada kelemahan sistem pengawasan internal yang melibatkan manajemen dan direksi. Mengganti pucuk pimpinan tanpa diikuti dengan perbaikan sistem, prosedur, dan budaya kerja yang berfokus pada integritas tidak akan mampu mencegah terulangnya kejadian serupa di masa mendatang. Oleh karena itu, reformasi internal menjadi hal penting yang harus dilaksanakan secara menyeluruh. Reformasi ini tidak hanya mencakup perbaikan teknis dalam pengawasan, tetapi juga pembangunan budaya kerja yang menekankan pentingnya transparansi, profesionalisme, dan akuntabilitas di semua level organisasi.

Dalam usaha jangka pendek, teknik memberikan potongan harga, promosi, serta program voucher terbukti mampu menarik kembali konsumen yang sempat berpaling. Namun, berdasarkan informasi dari narasumber, cara-cara ini tidak cukup untuk memulihkan kepercayaan secara permanen. Kepercayaan hanya dapat dibangkitkan melalui pendekatan yang lebih mendasar, yaitu dengan melaksanakan audit yang sistematis, memperkuat transparansi, dan berkomunikasi secara terbuka kepada publik. Tiga hal ini akan menunjukkan keseriusan Pertamina dalam melakukan perbaikan dan menandakan bahwa perusahaan tidak akan lagi menoleransi praktik penyimpangan.

Walaupun menghadapi krisis, Pertamina tetap menjadi pilihan utama masyarakat. Salah satu penyebab utamanya adalah jaringan stasiun pengisian bahan bakar yang luas, menjangkau hampir seluruh Indonesia, termasuk daerah terpencil yang tidak dijangkau oleh pesaing. Kemudahan akses ini membuat konsumen tetap setia, meski kepercayaan mereka sempat tergerus. Situasi ini justru memberikan kesempatan bagi Pertamina untuk segera meningkatkan kualitas produk dan pelayanan mereka.

Narasumber juga menggarisbawahi pentingnya tindakan tegas dalam menindak dan memberikan sanksi hukum kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kecurangan. Pengungkapan kasus dengan cara yang transparan akan menjadi sinyal kuat bahwa perusahaan benar-benar berkomitmen dalam menegakkan aturan. Selain itu, penguatan sistem pengawasan internal harus menjadi prioritas utama. Dengan menerapkan sistem pengendalian yang ketat, kemungkinan terjadinya kasus serupa dapat diminimalkan.

Oleh karena itu, pengelolaan perusahaan yang transparan, akuntabel, dan berlandaskan etika bisnis menjadi hal yang sangat penting dalam memulihkan reputasi Pertamina. Kepercayaan publik tidak dapat dibangun hanya melalui promosi atau strategi pemasaran, melainkan harus dibina melalui komitmen yang nyata terhadap integritas dan tanggung jawab. Reformasi menyeluruh yang



mencakup manajemen, budaya kerja, serta keterbukaan informasi adalah langkah strategis yang perlu diambil agar Pertamina dapat kembali diminati oleh masyarakat dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan energi nasional yang kompetitif secara global.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kasus penyelewengan dan pencampuran produk telah secara drastis mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap Pertamina. Meskipun demikian, karena jaringan Pertamina yang sangat luas dan hadir di hampir seluruh daerah, orang-orang masih cenderung memilih produk Pertamina. Tindakan yang lambat dari pihak pemerintah dan manajemen justru semakin merusak nama baik perusahaan. Kelemahan dalam pengawasan internal menjadi sumber masalah yang harus segera ditangani agar insiden serupa tidak terjadi lagi. Pemberian insentif bersifat sementara dan tidak akan efektif tanpa adanya transparansi penuh serta perbaikan sistem yang konkret. Pertamina perlu meningkatkan kualitas layanan dan menyelesaikan proses hukum serta mengungkap para pelaku penipuan untuk memulihkan kepercayaan masyarakat secara keseluruhan dan berkelanjutan.

Pertamina perlu memperkuat sistem pengawasan internal melalui audit yang lebih ketat, digitalisasi monitoring, serta mekanisme pelaporan yang lebih transparan agar praktik penyimpangan dapat dicegah sejak dini. Perusahaan juga sebaiknya meningkatkan keterbukaan informasi kepada publik terkait proses penanganan kasus, hasil investigasi, dan langkah perbaikan yang dilakukan, sehingga masyarakat dapat melihat keseriusan Pertamina dalam membangun kembali kepercayaannya. Selain itu, penguatan budaya integritas di lingkungan kerja sangat penting, misalnya melalui pelatihan etika, peningkatan profesionalisme, dan penerapan sistem reward and punishment yang konsisten. Reformasi manajerial juga perlu dilakukan tidak hanya melalui pergantian pimpinan, tetapi dengan memperbaiki prosedur kerja, standar operasional, serta evaluasi berkelanjutan terhadap kualitas SDM. Dengan langkah-langkah tersebut, pemulihan citra Pertamina dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Agriyani, S., Simanjuntak, L. F., Anggraini, H., & Surya, A. R. (2025). Analisis perubahan statistik kepercayaan konsumen terhadap Pertamina pasca kasus pengoplosan Peralite ke Pertamina. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 8(2), 3658–3665.
- Aulia, A., Melati, M., Nurilawati, N., & Candra, M. (2025). Dinamika ekonomi politik dalam regulasi BBM: Studi kasus pengoplosan Pertamina di Indonesia. *Socius: Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(11), 129–133.
- Hartanto, D. V., Navrizal, F., Surya, F., Berlanty, H., & Naufal, M. (2025). Menegakkan keadilan dalam pengelolaan sumber daya negara (studi kasus: Korupsi pengoplosan Pertamina). *Inspirasi & Strategi (INSPIRAT): Jurnal Kebijakan Publik & Bisnis*, 16(1), 65–72.
- Herbenita, H. (2025). Analisis dampak event pengoplosan BBM terhadap return saham PT Pertamina Geothermal Energy (PGeo). *KEIZAI: Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi*, 6(1), 80–92.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging. *Business Horizons*, 54(2), 105–113.



-
- Khotimah, M. D., Fatimah, A. N., Rizki, M. F., Puspitasari, W., & Soegiarto, A. (2025). Analisis sentimen publik terhadap isu modifikasi bahan bakar Pertamax Pertamina di media sosial. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(3), 5057–5072.
- Mardiyanto, J., & Satory, A. (2025). Etika, kepatuhan, dan tata kelola di sektor energi: Pelajaran dari kasus korupsi Pertamina. *Jurnal Sosial dan Sains (SOSAINS)*, 5(7), 2013–2020.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Silalahi, A. K., Rahmawati, D., & Erliyani, R. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen Pertamax dalam tindak pidana korupsi PT Pertamina. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(4), 1448–1453.