

**PENGARUH PEMBERITAAN PERTALITE OPLOSAN PADA SPBU
NAGALAN BERKAH BERSAMA TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
DAYA BELI MASYARAKAT TERHADAP BBM PERTALITE**

**Palma Juanta¹, Livelihood Marchel Samuel Simangunsong²,
Maxwell Osse Tarigan³, Albert Christian Nofamati Gea⁴, Athallah Wira Tara⁵,
Rafael Sagala⁶**

Universitas Prima Indonesia

E-mail: palmajuerta@unprimdn.ac.id¹, marselsamuel546@gmail.com²,
maxwelltarigan206@gmail.com³, albertgea5@gmail.com⁴, athallahwirataralion23@gmail.com⁵,
rafaelsagala15@gmail.com⁶

Abstrak

Penelitian ini menganalisis secara mendalam dampak dari pemberitaan skandal pengoplosan Bahan Bakar Minyak (BBM) Ptalite pada awal tahun 2025 terhadap kepercayaan dan perilaku pembelian masyarakat. Krisis ini, yang ditandai oleh konvergensi antara skandal korupsi sistemik di tingkat nasional dan insiden pengoplosan spesifik di SPBU Nagalan Berkah Bersama, Medan, memberikan studi kasus yang unik untuk memahami mekanisme keruntuhan kepercayaan publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh pemberitaan terhadap kepercayaan publik, mengidentifikasi dampaknya terhadap perilaku pembelian, dan yang terpenting, membedah peran mediasi kepercayaan dalam hubungan tersebut. Mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori, data dikumpulkan dari 30 responden di Kecamatan Medan Tuntungan yang terpapar langsung oleh pemberitaan. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan skandal (X) memiliki pengaruh negatif yang sangat signifikan secara statistik terhadap kepercayaan publik (Y1) ($\beta = -0.754$, $p < 0.001$). Selanjutnya, kepercayaan publik (Y1) terbukti memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap perilaku pembelian (Y2) ($\beta = 0.815$, $p < 0.001$). Temuan kunci dari analisis mediasi adalah bahwa pengaruh langsung dari pemberitaan (X) terhadap perilaku pembelian (Y2) menjadi tidak signifikan ($p = 0.543$) setelah variabel kepercayaan (Y1) dimasukkan ke dalam model. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan publik memainkan peran mediasi penuh. Kesimpulannya, pemberitaan skandal tidak secara langsung mengubah perilaku konsumen; sebaliknya, berita tersebut secara sistematis menghancurkan fondasi kepercayaan, dan keruntuhan kepercayaan inilah yang menjadi pendorong utama perubahan perilaku di pasar. Temuan ini menegaskan bahwa untuk produk credence good seperti BBM, di mana kualitas sulit diverifikasi, kepercayaan adalah aset yang paling krusial. Rekomendasi strategis difokuskan pada kerangka kerja pemulihan berbasis tindakan nyata bagi Pertamina, termasuk akuntabilitas penuh, reformasi tata kelola, dan inovasi transparansi berbasis teknologi, serta penguatan pengawasan proaktif oleh regulator.

Kata Kunci — Pemberitaan Media, Skandal Pengoplosan BBM, Ptalite.

PENDAHULUAN

Pertalite, dengan Research Octane Number (RON) 90, merupakan salah satu jenis bahan bakar minyak (BBM) yang memiliki peran krusial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Sebagai produk yang banyak dikonsumsi, Pertalite menjadi pilihan utama bagi berbagai jenis kendaraan bermotor karena harganya yang terjangkau dan

kualitasnya yang lebih baik dibandingkan dengan Premium (RON 88) yang kini telah digantikan oleh Paltalite sebagai Jenis Bahan Bakar Khusus Penugasan (JBKP) . Ketersediaan dan kualitas Paltalite secara langsung memengaruhi mobilitas dan aktivitas ekonomi masyarakat luas. Oleh karena itu, setiap isu negatif yang berkaitan dengan kualitas BBM ini berpotensi menimbulkan dampak yang signifikan terhadap konsumen dan pasar bahan bakar secara keseluruhan.

Kepercayaan masyarakat terhadap kualitas BBM merupakan aspek fundamental yang menjamin kelancaran pasar dan kepuasan konsumen. Pengguna kendaraan bermotor sangat mengandalkan integritas produk bahan bakar untuk menjaga performa dan daya tahan mesin kendaraan mereka. Kepercayaan ini menjadi landasan keyakinan bahwa BBM yang dibeli sesuai dengan standar yang ditetapkan dan tidak akan menyebabkan kerusakan. Apabila kepercayaan ini terganggu, konsumen dapat merasa cemas, beralih ke merek lain, atau bahkan menunda pembelian, yang pada akhirnya dapat berimplikasi pada stabilitas ekonomi .

Pada hari Jumat, 7 Maret 2025, sebuah insiden yang merusak kepercayaan publik terungkap di Medan, Sumatera Utara. Praktik pengoplosan BBM jenis Paltalite ditemukan di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Nagalan Berkah Bersama dengan nomor 14.201.135 yang berlokasi di Jalan Flamboyan Raya, Kelurahan Tanjung Selamat, Kecamatan Medan Tuntungan . Modus operandi yang dijalankan oleh pihak SPBU adalah mencampurkan bensin dengan oktan 87 (gasoline) ke dalam tangki timbun Paltalite (RON 90) dan kemudian menjualnya kepada konsumen sebagai Paltalite asli . Praktik ilegal ini diperkirakan telah berlangsung selama kurang lebih delapan bulan.

Dalang utama di balik praktik pengoplosan ini diidentifikasi sebagai supervisor SPBU Nagalan Berkah Bersama, Muhammad Agustian Lubis . Ia memesan bensin RON 87 secara ilegal dari seorang pemasok berinisial MI yang saat ini masih dalam pengejaran pihak kepolisian. Pengiriman bensin ilegal ini menggunakan truk tangki yang sebelumnya pernah bekerja sama dengan Pertamina, namun kontraknya telah berakhir sejak November 2023. Keuntungan finansial yang diperoleh dari penjualan Paltalite oplosan sangat signifikan, mencapai Rp 1.000 per liter, jauh lebih besar dibandingkan keuntungan penjualan Paltalite resmi yang hanya sekitar Rp 300 per liter.

Aparat kepolisian telah menangkap tiga orang yang terlibat dalam kasus ini, termasuk supervisor SPBU, sopir truk tangki, dan kernetnya. Mereka dijerat dengan Pasal 55 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi. Proses penyelidikan masih terus berjalan untuk mengungkap jaringan pemasok bensin ilegal . Informasi terbaru menyebutkan bahwa jumlah tersangka dalam kasus ini telah bertambah menjadi empat orang.

Praktik pengoplosan yang berlangsung cukup lama mengindikasikan adanya potensi masalah sistemik dalam pengawasan atau celah yang dimanfaatkan untuk melakukan kecurangan. Durasi waktu yang signifikan ini dapat menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat mengenai seberapa luas praktik serupa terjadi di tempat lain. Selain itu, besarnya keuntungan yang diperoleh dari praktik ilegal ini menunjukkan bahwa insentif ekonomi dapat menjadi pendorong utama tindakan penipuan semacam itu, sehingga memerlukan pengawasan dan penegakan hukum yang lebih ketat untuk mencegah kejadian serupa di masa depan.

Berita mengenai pengoplosan Paltalite di SPBU Nagalan Berkah Bersama menyebar dengan cepat dan luas melalui berbagai media massa daring. Informasi awal mengenai kasus ini berasal dari laporan masyarakat yang mencurigai adanya aktivitas ilegal di SPBU tersebut. Polisi kemudian melakukan penyelidikan dan berhasil mengungkap praktik pengoplosan tersebut, yang kemudian diliput oleh berbagai portal berita seperti mistar.id, tempo.co, detik.com, dan kompas.com.

Pertamina Patra Niaga sebagai pihak yang bertanggung jawab atas distribusi BBM Pertamina segera mengambil tindakan tegas dengan menghentikan operasional SPBU Nagalan Berkah Bersama. Dalam pernyataan resminya, Pertamina menegaskan bahwa BBM oplosan tersebut bukanlah produk resmi Pertamina dan mengecam tindakan SPBU yang

telah mencemarkan nama baik perusahaan serta melakukan pemalsuan produk. Pertamina juga melaporkan manajemen SPBU nakal tersebut kepada pihak kepolisian. Sebagai langkah antisipasi, Pertamina Patra Niaga Regional Sumatera Bagian Utara (Sumbagut) menyatakan akan melakukan inspeksi mendadak (sidak) ulang di seluruh SPBU di wilayahnya.

Respons cepat dan luas dari media, ditambah dengan tindakan tegas dari Pertamina, kemungkinan besar meningkatkan kesadaran masyarakat secara nasional terhadap isu kualitas Peralite. Pemberitaan yang masif dapat memicu rasa khawatir dan ketidakpercayaan yang lebih luas terhadap SPBU lain dan bahkan terhadap merek Peralite secara umum. Keterlibatan aparat penegak hukum dan respons langsung dari perusahaan energi besar seperti Pertamina menjadikan isu ini sebagai perhatian publik yang serius.

Reaksi awal dari berbagai pihak terkait juga menunjukkan adanya kepedulian yang besar terhadap masalah ini. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) setempat mendesak agar pihak kepolisian mengambil tindakan tegas terhadap SPBU yang terlibat. Direktur Operasional PT Miduk Arta, Rajamin Sirait, mendesak polisi untuk melakukan investigasi menyeluruh hingga ke pemilik SPBU dan pihak-pihak lain yang mungkin terlibat. Pertamina sendiri mengimbau masyarakat untuk aktif melaporkan segala aktivitas mencurigakan yang ditemukan di SPBU. Seruan untuk investigasi mendalam dan peningkatan kewaspadaan publik menunjukkan adanya kesadaran bersama akan pentingnya menjaga integritas distribusi BBM dan menuntut adanya akuntabilitas dari pihak-pihak yang bertanggung jawab.

Tabel 1. Rangkuman Insiden Pengoplosan Peralite di SPBU Nagalan Berkah Bersama

Tanggal Peristiwa	Deskripsi Peristiwa	Pihak Terlibat	Tindakan yang Diambil
7 Maret 2025	Penemuan praktik pengoplosan Peralite di SPBU Nagalan Berkah Bersama, Medan.	SPBU Nagalan Berkah Bersama, Muhammad Agustian Lubis (supervisor), Untung (sopir truk), Yudhi Timsah Pratama (kernet truk), MI (pemasok ilegal).	Polisi melakukan penggerebekan dan penyegelan SPBU. Tiga tersangka ditangkap.
8 Maret 2025	Pertamina Patra Niaga memberikan sanksi penghentian operasi kepada SPBU Nagalan Berkah Bersama.	Pertamina Patra Niaga, SPBU Nagalan Berkah Bersama.	SPBU ditutup operasionalnya. Pertamina melaporkan SPBU ke polisi.
9 Maret 2025	Pertamina Patra Niaga menyatakan bahwa BBM oplosan bukan produk Pertamina.	Pertamina Patra Niaga.	Klarifikasi resmi dikeluarkan.
11 Maret 2025	Pertamina Patra Niaga mengumumkan akan melakukan sidak ulang di seluruh SPBU Sumbagut.	Pertamina Patra Niaga.	Langkah inspeksi diumumkan.

11 Maret 2025	Polisi masih menyelidiki sumber bensin oktan 87 yang digunakan untuk pengoplosan.	Polrestabes Medan.	Penyelidikan terus berlanjut.
Kemudian	Jumlah tersangka bertambah menjadi empat orang.	Polrestabes Medan.	Penambahan tersangka diumumkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di wilayah sekitar lokasi Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Nagalan Berkah Bersama. Secara spesifik, lokasi penelitian difokuskan pada Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, beserta wilayah sekitarnya yang berbatasan langsung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fakta bahwa insiden dugaan pengoplosan BBM Paltalite yang menjadi subjek pemberitaan terjadi di SPBU yang berlokasi di kecamatan tersebut. Dengan memusatkan penelitian di area ini, pengumpulan data dapat ditargetkan pada populasi konsumen yang paling mungkin terpapar baik oleh pemberitaan maupun oleh potensi dampak langsung dari insiden tersebut, sehingga meningkatkan relevansi dan validitas kontekstual temuan penelitian.

Pengumpulan data direncanakan akan berlangsung selama periode 13 Mei hingga 29 Mei 2025. Jangka waktu ini dipilih secara strategis, yaitu beberapa bulan setelah berita awal mengenai kasus dugaan pengoplosan BBM di SPBU Nagalan Berkah Bersama muncul ke publik (sekitar Maret 2025). Penentuan waktu ini mempertimbangkan dinamika pembentukan dan perubahan opini serta kepercayaan publik pasca suatu krisis atau skandal. Kepercayaan publik dapat tergerus dengan cepat setelah pemberitaan negatif muncul, namun tingkat kepercayaan ini dapat berfluktuasi seiring waktu, dipengaruhi oleh klarifikasi dari pihak terkait, intensitas liputan media yang berubah, atau mudarnya isu dari perhatian utama publik. Memberikan jeda waktu beberapa bulan memungkinkan berita tersebar luas di kalangan populasi target dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memproses informasi, membentuk persepsi yang lebih stabil, serta kemungkinan terjadinya perubahan perilaku pembelian yang lebih terukur. Dengan demikian, penelitian dapat menangkap dampak yang lebih menetap pada kepercayaan dan daya beli, bukan sekadar reaksi emosional sesaat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Data

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran awal mengenai profil respons dari sampel penelitian. Analisis ini mencakup perhitungan statistik dasar seperti nilai rata-rata (mean), standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum untuk setiap variabel penelitian: Pemberitaan Paltalite Oplosan (X), Kepercayaan Publik (Y1), dan Perilaku Pembelian (Y2). Data ini diolah dari 30 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Skor total untuk setiap variabel dihitung dengan menjumlahkan skor dari masing-masing item kuesioner. Variabel X (Pemberitaan) diukur melalui 7 item, Variabel Y1 (Kepercayaan) melalui 9 item, dan Variabel Y2 (Perilaku Pembelian) melalui 9 item. Dengan skala Likert 1-5, rentang skor teoritis untuk X adalah 7-35, untuk Y1 adalah 9-45, dan untuk Y2 adalah 9-45.

Hasil analisis statistik deskriptif disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Rentang Teoritis	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Pemberitaan (X)	30	7 - 35	22.00	32.00	29.23	3.53
Kepercayaan (Y1)	30	9 - 45	18.00	37.00	31.50	5.32
Perilaku Pembelian (Y2)	30	9 - 45	20.00	37.00	33.13	4.68

Berdasarkan Tabel 2, dapat diinterpretasikan beberapa poin kunci. Pertama, untuk variabel Pemberitaan (X), nilai rata-rata (Mean) sebesar 29.23 dari skor maksimal 35 menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat keterpaparan, perhatian, dan kesadaran yang tinggi terhadap berita kasus Peralite oplosan di SPBU Nagalan Berkah Bersama. Skor minimum yang berada di angka 22 juga mengindikasikan bahwa bahkan responden dengan tingkat keterpaparan terendah pun masih cukup mengetahui isu tersebut. Hal ini secara kuantitatif mengonfirmasi bahwa pemberitaan skandal ini berhasil menembus dan menjadi perhatian signifikan di kalangan masyarakat target, sejalan dengan fungsi agenda-setting media.

Kedua, variabel Kepercayaan Publik (Y1) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 31.50 dari skor maksimal 45. Meskipun angka ini berada di atas titik tengah skala (27), rentang skor yang lebar (dari 18 hingga 37) dan standar deviasi yang relatif tinggi (5.32) mengindikasikan adanya variasi yang signifikan dalam tingkat kepercayaan di antara responden. Adanya skor minimum yang sangat rendah (18) menunjukkan bahwa sebagian responden mengalami krisis kepercayaan yang parah. Hal ini mencerminkan dampak negatif dari skandal tersebut, di mana kepercayaan publik terhadap Pertamina dan kualitas produknya terkikis secara signifikan, sebagaimana dilaporkan dalam berbagai analisis kualitatif.

Ketiga, variabel Perilaku Pembelian (Y2) memiliki nilai rata-rata 33.13 dari skor maksimal 45. Skor ini, yang juga berada di atas titik tengah, pada pandangan pertama mungkin tampak berlawanan dengan hipotesis. Namun, perlu dicatat bahwa beberapa item dalam kuesioner ini bersifat terbalik (reverse-coded), seperti pertanyaan mengenai niat untuk beralih ke BBM lain atau mengurangi pembelian. Interpretasi yang lebih akurat memerlukan analisis pada tingkat item, tetapi skor rata-rata ini, dikombinasikan dengan standar deviasi yang cukup besar (4.68), menyiratkan adanya keraguan dan pertimbangan ulang dalam keputusan pembelian. Responden menunjukkan kecenderungan untuk menjadi lebih waspada dan selektif, meskipun belum sepenuhnya meninggalkan Peralite. Hal ini selaras dengan laporan mengenai konsumen yang mulai mencari alternatif lain seperti Shell pasca-skandal.

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual. Kriteria pengujianya adalah jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) lebih besar dari 0.05, maka data residual dianggap berdistribusi normal.

Tabel 3, Hasil Uji Normalitas Data (Kolmogorov-Smirnov)

Model Regresi	N	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	30	0.987	0.283	Normal

Hasil pada Tabel 3 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.283, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha=0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, dan asumsi normalitas untuk analisis regresi telah terpenuhi.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengukur arah dan besarnya pengaruh, serta uji parsial (Uji t) untuk menganalisis signifikansi pengaruh dari setiap variabel independen secara individual.

Dalam penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis berikut:

1. Pengaruh Pemberitaan (X) terhadap Kepercayaan (Y1).
2. Pengaruh Pemberitaan (X) terhadap Perilaku Pembelian (Y2).
3. Pengaruh Kepercayaan (Y1) terhadap Perilaku Pembelian (Y2) ketika dikontrol oleh Pemberitaan (X), untuk menguji peran mediasi Kepercayaan.

Hasil analisis regresi dan uji t dirangkum dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Model	Jalur	Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien Beta (β)	t	Sig. (p-value)	R ²	Keterangan
1	a	Pemberitaan (X)	Kepercayaan (Y1)	-0.754	-6.112	< 0.001	0.570	Signifikan
2	c	Pemberitaan (X)	Perilaku Pembelian (Y2)	-0.689	-5.021	< 0.001	0.475	Signifikan
3	b	Kepercayaan (Y1)	Perilaku Pembelian (Y2)	0.815	6.890	< 0.001	0.723	Signifikan
4	c'	Pemberitaan (X)	Perilaku Pembelian (Y2)	-0.073	-0.615	0.543		Tidak Signifikan

Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis:

Berdasarkan kriteria Uji t, di mana pengaruh dianggap signifikan jika nilai Sig. < 0.05, hasil analisis dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Pengaruh Pemberitaan (X) terhadap Kepercayaan (Y1): Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Pemberitaan (X) memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan secara statistik terhadap Kepercayaan Publik (Y1). Nilai t-statistik yang signifikan ($p<0.001$) mendukung hipotesis pertama. Nilai R² sebesar 0.570 mengindikasikan bahwa 57% variasi dalam Kepercayaan Publik dapat dijelaskan oleh Pemberitaan.

Pengaruh Pemberitaan (X) terhadap Perilaku Pembelian (Y2): Analisis regresi selanjutnya menunjukkan bahwa Pemberitaan (X) juga memiliki pengaruh negatif yang

signifikan secara keseluruhan terhadap Perilaku Pembelian (Y2) ($p < 0.001$).

Pengujian Peran Mediasi Kepercayaan (Y1): Untuk menguji peran mediasi, analisis regresi linear berganda dilakukan dengan memasukkan Pemberitaan (X) dan Kepercayaan (Y1) sebagai prediktor untuk Perilaku Pembelian (Y2).

Hasil Uji t menunjukkan bahwa Kepercayaan (Y1) memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Perilaku Pembelian (Y2) ($p < 0.001$).

Namun, setelah Kepercayaan (Y1) dimasukkan ke dalam model, pengaruh langsung dari Pemberitaan (X) terhadap Perilaku Pembelian (Y2) menjadi tidak signifikan ($p = 0.543$).

Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh pemberitaan skandal (X) terhadap perilaku pembelian (Y2) terjadi melalui penurunan kepercayaan publik (Y1). Dengan kata lain, pemberitaan tidak secara langsung menyebabkan konsumen mengubah perilakunya, melainkan pemberitaan tersebut merusak kepercayaan, dan rusaknya kepercayaan inilah yang kemudian menjadi pendorong utama perubahan perilaku pembelian. Hipotesis penelitian yang menyatakan Kepercayaan Publik memediasi hubungan antara Pemberitaan dan Perilaku Pembelian terbukti secara empiris.

Pembahasan

Bagian ini akan membahas secara mendalam makna dan implikasi dari temuan-temuan statistik di atas. Pembahasan akan mengintegrasikan hasil kuantitatif dengan landasan teori, penelitian terdahulu, dan konteks spesifik dari skandal Peralite oplosan, baik di tingkat nasional maupun lokal di SPBU Nagalan Berkah Bersama.

Dampak Pemberitaan Skandal terhadap Erosi Kepercayaan Publik: Analisis Konvergensi Krisis

Hasil penelitian secara tegas menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai skandal Peralite oplosan (X) memiliki dampak negatif yang sangat kuat dan signifikan terhadap kepercayaan publik (Y1), dengan kemampuan menjelaskan 57% dari variasi tingkat kepercayaan. Kekuatan hubungan ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor yang bekerja secara sinergis, menciptakan sebuah "konvergensi krisis" yang memperparah dampaknya.

Pertama, kekuatan pembingkai media (media framing) memainkan peran sentral. Sebagaimana diuraikan dalam landasan teori 1, media tidak hanya menentukan isu apa yang penting (agenda setting), tetapi juga bagaimana isu tersebut dipahami. Dalam kasus ini, pemberitaan secara konsisten menggunakan istilah "oplosan" atau "pengoplosan". Istilah ini secara inheren membingkai peristiwa bukan sebagai kesalahan teknis atau "blending", melainkan sebagai tindakan kriminal yang disengaja, curang, dan bermotif keuntungan ilegal. Bingkai moralitas dan pelanggaran hukum ini secara langsung menyerang dimensi integritas dan kejujuran dari kepercayaan publik, memicu respons emosional yang lebih kuat dari masyarakat seperti kemarahan dan perasaan dikhianati.

Kedua, dampak erosi kepercayaan ini diperkuat oleh sebuah fenomena yang dapat disebut sebagai "Pengali Kerentanan BUMN" (SOE Vulnerability Multiplier). Pertamina, sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), beroperasi di bawah kontrak sosial implisit untuk melayani kepentingan publik dan menjaga ketahanan energi nasional. Berbeda dengan perusahaan swasta murni yang tujuan utamanya adalah profit, BUMN diharapkan memiliki standar etika dan akuntabilitas yang lebih tinggi. Ketika skandal ini terungkap, publik tidak hanya melihatnya sebagai kegagalan komersial, tetapi sebagai pengkhianatan terhadap kepercayaan publik dan amanat negara. Skandal ini mengonfirmasi stereotip negatif yang sudah lama ada di benak masyarakat mengenai BUMN: sarat dengan inefisiensi, tata kelola yang lemah, dan rentan terhadap korupsi serta intervensi politik. Akibatnya, tingkat toleransi publik terhadap kegagalan semacam ini jauh lebih rendah.

Ketiga, terjadi konvergensi antara krisis nasional dan lokal. Skandal pengoplosan di SPBU Nagalan Berkah Bersama terungkap pada Maret 2025, tidak lama setelah skandal

korupsi dan pengoplosan Pertamina di tingkat nasional oleh Pertamina meledak pada Februari 2025. Pemberitaan nasional telah menciptakan iklim kecurigaan dan ketidakpercayaan yang meluas. Ketika kasus lokal di Nagalan terungkap, ia tidak lagi berdiri sendiri. Bagi masyarakat Medan Tuntungan, kasus ini berfungsi sebagai bukti nyata dan konfirmasi yang kuat atas ketakutan dan kecurigaan yang telah dibangun oleh berita nasional. Skandal abstrak di tingkat pusat kini menjadi ancaman konkret di lingkungan mereka sendiri. Sinergi antara berita nasional yang membentuk persepsi umum dan berita lokal yang memberikan bukti nyata menciptakan pukulan ganda yang menghancurkan kepercayaan pada tingkat lokal secara lebih dalam dan cepat.

Mekanisme Perubahan Perilaku Konsumen: Dari Kepercayaan Runtuh ke Keputusan Pasar

Analisis jalur secara meyakinkan menunjukkan bahwa kepercayaan publik (Y1) adalah prediktor yang sangat kuat bagi perilaku pembelian (Y2). Hubungan positif dan signifikan ini menjelaskan mekanisme psikologis yang mendorong perubahan di pasar. Untuk produk seperti bahan bakar minyak (BBM), yang merupakan *credence good*—di mana kualitasnya tidak dapat diverifikasi oleh konsumen awam pada saat pembelian—kepercayaan berfungsi sebagai heuristik atau jalan pintas kognitif yang krusial. Konsumen tidak memiliki alat untuk mengukur nilai oktan atau kemurnian BBM di SPBU; mereka membeli berdasarkan keyakinan bahwa merek (Pertamina) dan pengecer (SPBU) dapat diandalkan untuk menyediakan produk sesuai standar.

Skandal oplosan ini secara fundamental menghancurkan heuristik tersebut. Hilangnya kepercayaan memaksa konsumen keluar dari mode pengambilan keputusan otomatis dan masuk ke mode evaluasi risiko yang tinggi. Risiko yang dipersepsikan tidak hanya bersifat finansial (membayar harga Paltel asli untuk produk berkualitas lebih rendah), tetapi juga teknis dan sangat nyata: potensi kerusakan mesin kendaraan yang mahal. Laporan mengenai dampak buruk BBM oplosan, seperti knocking, penurunan performa, hingga kerusakan komponen vital, menjadi sangat relevan dan personal bagi setiap pemilik kendaraan.

Perubahan dari keyakinan menjadi keraguan ini secara langsung diterjemahkan ke dalam tindakan pasar. Temuan statistik mengenai penurunan niat beli dalam penelitian ini adalah cerminan empiris dari fenomena nyata yang dilaporkan media, di mana konsumen secara aktif mencari alternatif. Laporan mengenai antrean panjang dan kelangkaan pasokan di SPBU swasta seperti Shell pasca-skandal Pertamina adalah bukti pasar yang paling nyata dari pergeseran perilaku ini. Konsumen, setelah kehilangan kepercayaan pada Pertamina, menggunakan daya beli mereka untuk "memilih" pemasok yang mereka anggap lebih dapat dipercaya, meskipun harus menghadapi ketidaknyamanan seperti kelangkaan pasokan sementara. Ini menunjukkan bahwa dalam krisis kepercayaan produk, loyalitas merek bisa menjadi sangat rapuh.

Kepercayaan sebagai Variabel Kunci: Membedah Jalur Pengaruh Krisis

Kontribusi paling signifikan dari analisis jalur ini adalah pembuktian peran mediasi penuh dari kepercayaan publik. Temuan bahwa pengaruh langsung dari pemberitaan (X) terhadap perilaku pembelian (Y2) menjadi tidak signifikan setelah variabel kepercayaan (Y1) dimasukkan ke dalam model adalah sebuah penemuan penting. Ini berarti dampak pemberitaan terhadap pasar tidak terjadi secara langsung. Berita skandal tidak serta-merta membuat konsumen berhenti membeli Paltel; sebaliknya, berita tersebut secara sistematis membongkar fondasi kepercayaan konsumen, dan keruntuhan kepercayaan inilah yang menjadi pemicu utama perubahan perilaku pembelian.

Pemahaman ini memiliki implikasi strategis yang mendalam. Ini menunjukkan bahwa upaya pemulihan pasca-krisis yang hanya berfokus pada manajemen citra atau public relations (mengelola "pemberitaan") tanpa secara fundamental mengatasi akar masalah

"kepercayaan" akan gagal. Sesuai dengan kerangka kerja pemulihan kepercayaan dari lembaga seperti Boston Consulting Group, krisis yang disebabkan oleh kegagalan internal (self-inflicted) seperti ini menuntut pemulihan yang berfokus pada dua dimensi utama: resiliensi (kemampuan merespons krisis secara efektif) dan kompetensi (kemampuan untuk secara konsisten memenuhi janji kepada pemangku kepentingan).¹¹

Kasus Pertamina ini menjadi studi kasus klasik. Krisis ini adalah buah dari kegagalan internal yang merusak persepsi publik terhadap kompetensi (kualitas produk) dan integritas (kejujuran) Pertamina. Oleh karena itu, jalur pemulihannya harus melalui pembangunan kembali kedua pilar tersebut secara nyata, bukan sekadar melalui komunikasi. Upaya pemulihan harus menunjukkan bukti kompetensi yang tak terbantahkan dan transparansi radikal untuk bisa merekonstruksi kepercayaan yang telah hancur. Tanpa memulihkan kepercayaan, perilaku konsumen di pasar tidak akan kembali normal, terlepas dari seberapa banyak upaya komunikasi yang dilakukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan utama yang secara langsung menjawab rumusan masalah:

1. Pemberitaan mengenai kasus pengoplosan BBM Ptalite di SPBU Nagalan Berkah Bersama terbukti secara statistik memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Intensitas paparan terhadap berita negatif, yang dibingkai sebagai tindakan kecurangan yang disengaja, secara langsung mengikis keyakinan publik terhadap kompetensi, integritas, dan keandalan Pertamina dalam menjamin kualitas produknya.
2. Pemberitaan skandal tersebut terbukti berdampak signifikan terhadap daya beli dan perilaku pembelian masyarakat terhadap BBM Ptalite. Dampak ini termanifestasi dalam bentuk penurunan minat beli, peningkatan keraguan, dan kecenderungan untuk mempertimbangkan atau beralih ke produk BBM alternatif yang dianggap lebih terpercaya.
3. Kepercayaan publik berfungsi sebagai variabel mediator krusial yang menjelaskan mekanisme pengaruh dari pemberitaan ke perilaku pembelian. Pengaruh pemberitaan skandal terhadap keputusan konsumen di pasar tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui jalur tidak langsung di mana berita terlebih dahulu merusak kepercayaan, dan rusaknya kepercayaan inilah yang kemudian menjadi pendorong utama perubahan perilaku pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Skandal Korupsi BBM Oplosan: Bisakah Pertamina Mengembalikan ..., diakses Juni 24, 2025, <https://akuntansisyariahuniversitastazkia.com/skandal-korupsi-bbm-oplosan-bisakah-pertamina-mengembalikan-kepercayaan-masyarakat/>
- Shell Becomes Sought After Following Pertamina's Adulterated Fuel ..., diakses Juni 24, 2025, <https://en.tempo.co/amp/1981505/shell-becomes-sought-after-following-pertaminas-adulterated-fuel-scandal>
- Template Jurnal IJCCS, diakses Juni 24, 2025, <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/30952/20990/102369>
- ANALISIS FRAMING DALAM PEMBERITAAN MEDIA - jurnal.utu.ac.id., diakses Juni 24, 2025, <http://jurnal.utu.ac.id/jsourc/article/download/649/529>
- Chapter 3. State-Owned Enterprises: The Other Government. IMF Fiscal Monitor, April 2020, diakses Juni 24, 2025, <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/fiscal-monitor/2020/April/English/ch3.ashx>
- Chapter 1 | State-Owned Enterprise Challenges and World Bank ..., diakses Juni 24, 2025, <https://ieg.worldbankgroup.org/evaluations/state-your-business/chapter-1-state-owned->

enterprise-challenges-and-world-bank-group

Kasus BBM Oplosan Pertamina: Mengungkap Modus dan Dampak Nilai Oktan bagi Kendaraan - S1 Pendidikan IPA - Universitas Negeri Surabaya, diakses Juni 24, 2025, <https://pendidikan-sains.fmipa.unesa.ac.id/post/kasus-bbm-oplosan-pertamina-mengungkap-modus-dan-dampak-nilai-oktan-bagi-kendaraan>

The Scandal at Indonesia's State-Owned Energy Firm Pertamina, Explained - The Diplomat, diakses Juni 24, 2025, <https://thediplomat.com/2025/03/the-scandal-at-indonesias-state-owned-energy-firm-pertamina-explained/>

perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli bahan bakar minyak secara eceran di kabupaten aceh - Jurnal Ilmiah Mahasiswa, diakses Juni 24, 2025, <https://jim.usk.ac.id/perdata/article/download/33298/pdf>

The Long Road to Rebuilding Corporate Trust | BCG, diakses Juni 24, 2025, <https://www.bcg.com/publications/2024/rebuilding-corporate-trust>

Crisis Communication Strategies and Organizational Resilience: Lessons from Nigerian Financial Institutions - International Journal of Research and Innovation in Social Science, diakses Juni 24, 2025, <https://rsisinternational.org/journals/ijriss/articles/crisis-communication-strategies-and-organizational-resilience-lessons-from-nigerian-financial-institutions/>

Impact of Crisis Communication Strategies on People's Attitudes toward Behavioral Guidelines Regarding COVID-19 and on Their Trust in Local Officials - PMC - PubMed Central, diakses Juni 24, 2025, <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9340733/>

The Anatomy Of Trust Restoration: How Companies Recover From A Scandal | Crowe Global, diakses Juni 24, 2025, <https://www.crowe.com/global/insights/the-anatomy-of-trust-restoration-how-companies-recover-from-a-scandal>

Quality control automation in refining: Leveraging AI & low-code apps - Kissflow, diakses Juni 24, 2025, <https://kissflow.com/solutions/oil-and-gas/quality-control-automation-in-refining/>

Key Insights into QMS Audits in the Oil and Gas Sector - CertLibrary ..., diakses Juni 24, 2025, <https://www.certlibrary.com/blog/key-insights-into-qms-audits-in-the-oil-and-gas-sector/>

Effectiveness of Crisis Communication Strategies on Public Trust in Chad - ResearchGate, diakses Juni 24, 2025, https://www.researchgate.net/publication/384711836_Effectiveness_of_Crisis_Communication_Strategies_on_Public_Trust_in_Chad