

Analisis Manajemen Krisis dan Reputasi Pada Kasus Korupsi Mantan Pejabat PT Antam Tahun 2024

¹Nurmala Sari Kumora, ²Siti Komsiah

¹Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta Selatan

²Dosen Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta Selatan

E-mail: malakumora@gmail.com, siti.komsiah70@gmail.com

ABSTRAK

PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) merupakan salah satu perusahaan BUMN yang mempunyai posisi strategis pada bidang pertambangan dan pengolahan sumber daya mineral, khususnya logam mulia yang banyak dibeli masyarakat sebagai investasi terpercaya dan aman. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, tentunya terdapat cap ANTAM dan sertifikat dari *London Bullion Market Association (LBMA)*, yang dapat diperdagangkan secara global. Selain itu, ANTAM memiliki bidang usaha lain seperti perdagangan dan industri, transportasi serta jasa lainnya. Kemudian, ditahun 2023-2024 terungkap kasus korupsi yang dilakukan oleh enam mantan pejabat PT ANTAM, yang pernah menduduki jabatan Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia (UBPP LM). Kasus ini terungkap setelah KPK melakukan penyelidikan secara mendalam pada lingkungan kerja PT ANTAM. Yang mana hasil dari penyelidikan tersebut, terdapat enam mantan pejabat PT ANTAM terlibat pada kasus penyimpangan dalam prosedur pembelian maupun penjualan logam mulia sebanyak 109 ton dari berbagai ukuran. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang bersifat eksploratif, dimana peneliti merupakan instrument kunci untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab permasalahan secara terperinci. Dalam menganalisis, peneliti menggunakan konsep manajemen krisis dari Edward S. Devlin, yang merupakan tindakan khusus yang dapat diambil dalam menyelesaikan masalah maupun mencegah kerusakan berlebih pada reputasi atau citra organisasi. Menurut Devlin terdapat tiga tahapan yang dapat dilakukan jika terjadi krisis, yakni tahap pra-krisis, tahap krisis akut, dan tahap pasca krisis. Hasil dari penelitian ini, peneliti menemukan bahwa PT ANTAM telah memakai tahapan tersebut untuk memulihkan citra dan reputasi perusahaannya dengan baik.

Kata kunci : *manajemen krisis dan reputasi, PT ANTAM, 109 ton, tahap pra-krisis, tahap krisis akut, tahap pasca krisis*

ABSTRACT

PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) is one of the state-owned companies that has a strategic position in the mining and processing of mineral resources, especially precious metals that are widely purchased by the public as a trusted and safe investment. The products produced by the company, of course, have the ANTAM stamp and certificate from the London Bullion Market Association (LBMA), which can be traded globally. In addition, ANTAM has other business fields such as trade and industry, transportation and other services. Then, in 2023-2024, a corruption case was revealed by six former officials of PT ANTAM, who had held positions in the Precious Metal Processing and Refining Business Unit (UBPP LM). This case was revealed after the KPK conducted

an in-depth investigation into the work environment of PT ANTAM. As a result of the investigation, there were six former PT ANTAM officials involved in the case of irregularities in the purchase and sale procedures of precious metals totaling 109 tons of various sizes. This research uses descriptive qualitative research that is exploratory in nature, where the researcher is the key instrument to describe, describe, explain, explain and answer problems in detail. In analyzing, researchers use the concept of crisis management from Edward S. Devlin, which is a specific action that can be taken in solving problems and preventing excessive damage to an organization's reputation or image. According to Devlin, there are three stages that can be carried out in the event of a crisis, namely the pre-crisis stage, the acute crisis stage, and the post-crisis stage. As a result of this study, the researcher found that PT ANTAM has used these stages to restore its corporate image and reputation well.

Keywords: *crisis and reputation management, PT ANTAM, 109 tons, pre-crisis stage, acute crisis stage, post-crisis stage*

1. PENDAHULUAN

PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) merupakan salah satu perusahaan BUMN strategis yang bergerak di bidang pertambangan dan pengolahan sumber daya mineral, khususnya logam mulia serta mempunyai bidang usaha lain seperti perdagangan dan industri, transportasi dan jasa lainnya. Produk unggulan perusahaan ini, yakni nikel, emas dan bauksit. ANTAM juga dikenal dengan salah satu produknya, yang banyak digemari dan dibeli oleh masyarakat yakni emas batangan atau yang lebih sering kita dengar adalah logam mulia. Yang mana, logam mulia ini mempunyai posisi teramat penting bagi masyarakat sebagai investasi yang terpercaya dan aman, karena pada produk logam mulia sendiri memiliki cap ANTAM serta terdapat sertifikat dari *London Bullion Market Association (LBMA)*, yang dapat diperdagangkan secara global (Antam, 2024). Untuk itu, kepercayaan masyarakat terhadap logam mulia ini, ditentukan dari kredibilitas perusahaan ANTAM sebagai perusahaan yang memproduksi maupun sebagai distributor resmi.

Namun, sebagian kepercayaan masyarakat terhadap produk logam mulia dari perusahaan ANTAM mulai goyah

setelah terungkapnya skandal korupsi besar pada tahun 2023–2024. Kasus ini mencuat ke publik setelah Kejaksaan Agung Republik Indonesia, mengungkap dugaan korupsi dalam pengelolaan logam mulia seberat 109 ton emas pada perusahaan ANTAM, yang terjadi dalam kurun waktu lebih dari satu dekade, yakni antara tahun 2010 hingga 2021 (Fawdi, 2024). Kasus pada perusahaan ANTAM ini, melibatkan sejumlah mantan pejabat tinggi pada unit pengelolaan dan pemurnian logam mulia, yang diduga menyalahgunakan wewenangnya dalam proses pencetakan dan distribusi emas ANTAM secara ilegal. Jumlah logam mulia yang dikelola di luar sistem resmi perusahaan ini, menyebabkan kerugian besar untuk negara. Dan dengan adanya kasus ini, tentunya masyarakat akan kehilangan kepercayaannya terhadap produk emas dari perusahaan ANTAM yang beredar di pasaran, khususnya pada keaslian dan legalitas pada produk tersebut.

Krisis ini termasuk dalam kategori krisis reputasi perusahaan, yaitu jenis krisis yang timbul ketika persepsi negatif publik mengancam identitas dan kepercayaan terhadap suatu organisasi/perusahaan. Dalam industri yang berbasis kepercayaan seperti logam mulia, reputasi adalah aset yang sangat vital. Ketika reputasi rusak, maka akan berdampak langsung pada loyalitas

konsumen, kinerja keuangan, serta kredibilitas jangka panjang. Oleh sebab itu, suatu perusahaan yang mengalami krisis reputasi harus segera mungkin untuk merespon adanya permasalahan tersebut. Tidak terkecuali, kasus yang saat itu, tengah dihadapi oleh perusahaan ANTAM. Yang mana, perusahaan ANTAM harus merespon dengan langkah-langkah strategis yang terencana dan terukur.

Dalam konteks ini, manajemen krisis menjadi penting sebagai rangkaian proses sistematis yang dilakukan organisasi untuk mengantisipasi, merespons, dan pulih dari peristiwa yang berpotensi merusak. Manajemen krisis tidak hanya mencakup tindakan teknis atau hukum, tetapi juga mencakup strategi komunikasi yang harus dilakukan dan dirancang untuk menjaga kepercayaan, menyampaikan transparansi, dan memperbaiki citra perusahaan. Oleh karena itu, penulis akan menganalisis strategi manajemen krisis dan reputasi yang digunakan PT ANTAM dalam menangani krisis yang melibatkan mantan pejabatnya.

2. LANDASAN TEORI

Manajemen Krisis & Reputasi

Menurut berbagai pakar salah satunya yakni Julia Gabis dari manajemen krisis yang di jelaskan pada buku yang berjudul "*Crisis Management Planning and Execution*" yang ditulis oleh Edward S. Devlin, bahwa manajemen krisis merupakan tindakan khusus yang diambil dalam menyelesaikan masalah, tentunya untuk meminimalisir maupun mencegah adanya kerusakan berlebih pada reputasi atau citra organisasi/ perusahaan (Devlin, 2007, p. 1). Kemudian, Julia Gabis menjelaskan lebih lanjut pada artikelnya yang berjudul "*Crisis: Danger or Opportunity*", bahwa manajemen krisis yang baik harus meminimalkan adanya

bahaya lebih lanjut untuk organisasi/perusahaan dan harus memaksimalkan setiap peluang yang ada.

Gabis memberikan contoh terkait kasus dari Tylenol - Johnson & Johnson dan Exxon - Alaska. Yang mana terdapat sebuah kasus klasik mengenai manajemen krisis yang penanganannya dengan sangat baik oleh Johnson & Johnson terhadap insiden pada merk Tylenol beberapa tahun yang lalu. Dimana situasi tersebut, merupakan mimpi terburuk setiap eksekutif perusahaan yang menjadi kenyataan, jika tidak adanya penanganan secara cepat maupun pengambilan strategi yang tepat oleh Johnson & Johnson dalam mengatasi kasus tersebut, kemungkinan perusahaan Johnson & Johnson akan mengalami kebakrutan. Namun, perusahaan tersebut merespon secara cepat dan dapat mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk yang diluncurkan, sehingga merek dari Tylenol ini telah mempunyai pangsa pasar yang lebih besar dibandingkan sebelum kejadian tersebut terjadi.

Perencanaan pada manajemen krisis bukan diibaratkan sebagai ilmu pengetahuan, melainkan lebih mirip pada seni. Yang mana, seni merupakan keterlampiran yang dapat diperoleh dari sebuah pengalaman, studi ataupun observasi. Menurut Steven Fink, bahwa manajemen krisis ini, merencanakan suatu hal yang tidak diketahui akan terjadi, yang dapat diselesaikan oleh anggota tim manajemen krisis. Krisis dapat terjadi dari peristiwa-peristiwa yang kecil dan tidak mendapatkan penanganan ataupun penyelesaian secara cepat, sehingga peristiwa kecil tersebut dapat berakumulasi dan diketahui khalayak luas menjadi krisis. Dengan adanya krisis yang sedang berlangsung, tentunya muncul spekulasi maupun informasi berkembang dan menyebar di masyarakat tidak sesuai dengan

kejadian sebenarnya (Irwanti, 2023, p. 7).

Sementara reputasi, suatu penilaian yang terbentuk dari waktu ke waktu dengan perencanaan yang cermat maupun kerja keras dari pemangku kebijakan perusahaan, namun dapat hancur dalam waktu semalam (Larkin, 2003, p. 1). Reputasi merupakan aset yang tidak berwujud, namun sangat berharga bagi perusahaan dan dapat mempengaruhi ketidakstabilan keuangan (Larkin, 2003, p. 2). Ralph Larson, mantan CEO Johnson & Johnson, yang mengatakan bahwa reputasi mencerminkan perilaku para pemangku kebijakan perusahaan dari waktu ke waktu untuk melalui ratusan hal kecil (Larkin, 2003, p. 5).

Dalam buku yang sama yakni, "*Crisis Management Planning and Execution*" menjelaskan bahwa untuk menyelesaikan manajemen krisis ini, harus ditangani oleh sekelompok eksekutif yang tentunya, mempunyai keahlian ataupun pengalaman, observasi maupun mempelajari jika terdapat krisis yang dialami pada perusahaan mereka bekerja.

Rencana Manajemen Krisis (*Crisis Management Plan / CMP*), adalah rencana yang terdokumentasi secara merinci, mengenai tindakan apa yang harus dilakukan oleh para eksekutif, pada saat suatu perusahaan ataupun organisasi mengalami krisis. Hal ini dilakukan, agar para eksekutif yang mempunyai tugas untuk menyelesaikan adanya krisis dapat menerapkan rencana manajemen krisis tersebut. Yang tujuannya, untuk dapat mengendalikan krisis dan meminimalkan dampak yang terjadi. Edward S. Devlin dalam bukunya "*Crisis Management Planning and Execution*" juga menjelaskan tahapan yang dapat dilakukan, jika krisis semakin berkembang. Sekurangnya terdapat tiga tahapan yang dapat dilakukan jika krisis

terjadi, yakni Tahap Pra-Krisis (*The Pre-Crisis Stage*), Tahap Krisis Akut (*The Acute-Crisis Stage*), dan Tahap Pasca Krisis (*The Post-Crisis Stage*).

Pra-Krisis (*The Pre-Crisis Stage*) (Devlin, 2007, p. 108), merupakan tahap yang paling awal dari sebuah krisis. Yang mana, organisasi ataupun perusahaan baru menyadari adanya krisis, situasi yang sedang terjadi ataupun berkembang, yang hanya diketahui di dalam organisasi/perusahaannya saja dan krisis tersebut belum diketahui oleh pihak eksternal perusahaan. Walaupun krisis yang terjadi pada tahap ini hanya kecil, namun mempunyai resiko untuk bergerak ke tahap krisis akut, dimana dapat memberikan dampak negatif bagi organisasi/perusahaan (Devlin, 2007, p.109). Pada tahap ini, manajemen harus segera menangani situasi yang tengah berkembang, selagi krisis tersebut dalam tahap peringatan yakni pra-krisis. Manajemen harus segera menyelesaikan atau menghilangkan situasi ini, apa yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan krisis ini, agar tidak meningkat ke tahap akut (Devlin, 2007, p. 109). Jika dihadapkan dengan kondisi krisis ini, banyak pertanyaan - pertanyaan yang muncul, misalnya "seandainya saja melakukan tindakan cepat dalam merespon krisis, maka organisasi/perusahaan tidak akan mengalami masalah yang saat ini dihadapi" dan "seandainya saja para eksekutif mengetahui adanya krisis ini, para eksekutif tidak akan membuat keputusan yang menyebabkan masalah ini".

Jika para eksekutif ataupun situasi pra-krisis tidak dikelola secara baik, dan situasinya akan berkembang pada tahap krisis akut, tentunya para eksekutif akan mempertanyakan bagaimana krisis ini terjadi dan berkembang, dan mengapa mereka para eksekutif tidak menyadari hal tersebut

(Devlin, 2007, p. 109). Untuk itu, pentingnya mempunyai rencana manajemen krisis (*Crisis Management Plan / CMP*) yang memungkinkan mereka untuk mengenali adanya peringatan pra-krisis ketika hal ini terjadi (Devlin, 2007, p. 109). Setelah para eksekutif mengetahui adanya krisis yang akan muncul pada organisasi/perusahaannya, mereka dapat mengambil tindakan yang tepat dan mengakhiri krisis tersebut. Suatu organisasi maupun perusahaan harus melatih karyawan untuk mengetahui adanya krisis yang akan terjadi dan tindakan apa yang harus diberikan pada saat krisis berlangsung, serta menyediakan sarana bagi karyawan untuk memberitahukan para eksekutif mengenai krisis yang akan terjadi (Devlin, 2007, p. 110).

Setelah para eksekutif mengetahui adanya krisis, mereka harus bertanggung jawab untuk mengelolanya dan mencegahnya agar krisis tersebut tidak berkembang ke tahap krisis akut. Tahap ini dianggap saat yang tepat, untuk mengubah situasi negatif menjadi positif, tetapi ini tergantung bagaimana para eksekutif dalam menanggapi krisisnya. Para eksekutif perlu menentukan, apakah situasi krisis yang terjadi cukup serius, ataukah para eksekutif percaya bahwa situasi ini akan hilang tanpa adanya pencegahan (Devlin, 2007, p. 110). Apakah krisis ini dapat merusak ataupun membahayakan citra organisasi/perusahaan, atau dapat merugikan pemerintah dan menarik perhatian media. Jika para eksekutif ini berpikir bahwa krisis ini akan dapat merusak organisasi, mereka perlu mengambil tindakan yang tepat (Devlin, 2007, p.110). Jika sebaliknya, para eksekutif hanya melihat bahwa krisis ini tidak dapat merugikan dan berdampak pada reputasi maupun citra organisasi/perusahaan, dan mereka salah memandang krisis tersebut, maka dalam

situasi seperti ini, situasi pra-krisis akan beralih pada tahap krisis akut (Devlin, 2007, p. 110). Tentunya, para eksekutif harus segera mengaktifkan Tim Manajemen Krisis, yang tujuannya untuk memperkecil kerusakan terhadap reputasi, citra, kerugian secara finansial, dan *trust issue*.

Situasi pra krisis dapat berkembang ke tahap krisis akut di sebabkan oleh empat alasan yakni, 1. mereka meremehkan krisis tersebut, 2. mereka melebih-lebihkan kemampuan mereka dalam mengelola krisis tersebut, 3. mereka tidak menyadari krisis yang tengah berkembang, atau 4. mereka dengan sengaja mengabaikan peringatan tersebut (Devlin, 2007, p. 111).

Tahap Krisis Akut (*The Acute-Crisis Stage*), sebuah krisis akan masuk pada tahap akut, yang sebelumnya krisis tersebut masih berada pada tahap pra krisis, ketika suatu krisis mulai berkembang dan terlihat dari luar organisasi ataupun perusahaan, kemudian berbagai media telah membicarakan isu ataupun krisis tersebut, itu yang dinamakan krisis telah berkembang ke tahap krisis akut (Devlin, 2007, p. 127). Ketika situasi krisis telah mencapai pada tahap krisis akut, maka semua pencegahan yang akan dilakukan untuk menghalau atau memperkecil kerusakan, baik pada reputasi dan status keuangan dari organisasi atau perusahaan semua sudah terlambat untuk diperbaiki. Pada tahap ini, para eksekutif baru menyadari, bahwa ada reputasi organisasi yang saat ini akan berdampak atau dipertaruhkan dengan adanya krisis tersebut, untuk itu para eksekutif perlu mengaktifkan Tim Manajemen Krisis (*The Crisis Management Team / CMT*). Yang mana CMT ini, telah dipilih oleh CEO dalam mengelola krisis ketika situasi krisis telah memasuki tahap krisis akut, tentunya karyawan yang bergabung

dalam CMT mempunyai keahlian pada bidang-bidang tertentu.

Para eksekutif tentunya telah terlambat untuk mengambil langkah pencegahan. Pada tahap krisis akut ini, dibutuhkan perencanaan dalam meminimalisir atau memperkecil kerusakan yang terjadi. Para eksekutif harus memastikan bahwa semua sumber data yang diperlukan oleh anggota CMT tersedia. Yang mana para CMT akan mengimplementasikan langkah-langkah yakni, 1. Mengambil alih situasi dengan cepat, 2. Mengumpulkan semua informasi yang mereka dapat mengenai krisis dan berusaha untuk mengumpulkan fakta-fakta yang ada, 3. Jelaskan sesuai fakta yang telah dikumpulkan kepada semua stakeholders yang memiliki kepentingan dalam organisasi, misalnya seperti media, masyarakat umum, pelanggan, pemegang saham, vendor, karyawan dan sebagainya, 4. Kemudian ambil tindakan yang diperlukan dalam menangani permasalahan tersebut (Devlin, 2007, p. 128). Biasanya ketika krisis telah berada ditahap akut, organisasi telah mengalami situasi di mana produk ataupun layanan mereka akan diserang dan para pemegang saham maupun kreditor menjadi khawatir akan adanya permasalahan tersebut. Kemudian, muncul permasalahan yang terjadi pada internal organisasi misalnya, manajemen akan melemah, mulainya pertikaian antara kalangan manajemen, organisasi akan mengalami pengurangan tenaga tentunya para manajer dan karyawan terbaik perlahan-lahan akan meninggalkan organisasi atau perusahaan dan mencari organisasi baru yang lebih aman (Devlin, 2007, p. 128).

Tahap Pasca Krisis (*The Post-Crisis Stage*), setelah terkendalinya krisis, tahap pasca krisis ini dimulai, yang mana pada tahap ini perusahaan harus berusaha untuk memulihkan citra, menutupi kerugian dan memulihkan keuangan

organisasi ataupun perusahaan. Ini adalah tahap, dimana perusahaan harus menunjukkan kepada konsumen ataupun stakeholder lainnya, bahwa CEO, para eksekutif organisasi peduli terhadap masalah yang telah terjadi, akan mengembalikan semua kerugian yang di alami para stakeholder. Kemudian, mengevaluasi kinerja dari organisasi selama krisis terjadi, tentunya organisasi akan membuat suatu perubahan dan mengidentifikasi sesuatu yang dibutuhkan selama krisis berlangsung. Biasanya, organisasi maupun perusahaan dalam menyelesaikan tahap pasca krisis akan berlangsung lama dan dalam beberapa kasus untuk waktu penyelesaiannya tidak terbatas. Oleh sebab itu, perlunya suatu organisasi ataupun perusahaan untuk merencanakan sedemikian rupa dalam menangani tahap pasca krisis ini, selama tahap krisis akut berlangsung. Untuk menentukan pasca krisis yang panjang dan berlarut-larut, tergantung dari bidang organisasi, siapa CEO atau eksekutif yang menjabat pada organisasi tersebut, jika yang menjabat bertipe selebriti, maka akan sangat disorot oleh berbagai media bahkan pemerintah (Devlin, 2007, p. 140).

3. METODOLOGI

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bersifat eksploratif, non-numerik dan untuk menyelidiki suatu masalah ataupun variabel penelitian yang ingin diketahui (Creswell, 2014, p. 152). Metode penelitian ini berbasis dokumen, yang dapat memberikan informasi mengenai kejadian sosial tertentu yang diperoleh dari hasil pencarian peneliti (Bakry, 2019, p. 171). Dengan begitu, memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam terkait dinamika komunikasi krisis, yang saat itu tengah dihadapi oleh PT ANTAM dan bagaimana PT ANTAM dapat memperbaiki reputasi perusahaan

dalam jangka panjang. Sementara untuk teknik pengumpulan datanya, penulis memakai metode yang berbasis internet, yang tentunya untuk menggali informasi mengenai komunikasi internal dan eksternal PT ANTAM, serta strategi yang diambil perusahaan dalam menghadapi krisis. Peneliti akan menganalisis kasus ini dari dokumen internal yang terdapat perubahan kebijakan ataupun tindakan yang diambil dari PT ANTAM setelah adanya permasalahan tersebut. Dari dokumen misalnya pernyataan pers resmi yang dikeluarkan oleh PT ANTAM, akan memperlihatkan seperti apa perubahan ataupun keputusan-keputusan yang akan diambil oleh manajemen PT ANTAM. Tidak hanya itu, metode penelitian yang berbasis dokumen yang dipilih, tentunya untuk mempermudah mengetahui langkah lanjutan yang dipilih ataupun diambil oleh PT ANTAM, dalam memperbaiki citra perusahaan yang terdampak adanya kasus korupsi tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kasus Korupsi PT Antam

Kasus korupsi yang melibatkan PT ANTAM terjadi pada tahun 2021, yang melibatkan enam mantan pejabat PT ANTAM, di antaranya adalah Direktur Utama, Direktur Operasional, dan beberapa pejabat kunci lainnya. Kasus ini terungkap setelah dilakukan penyelidikan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), yang menindaklanjuti laporan mengenai adanya penyalahgunaan wewenang dalam pengelolaan logam mulia dan emas oleh pejabat-pejabat perusahaan.

Kasus ini pertama kali terendus pada akhir 2020, ketika sejumlah transaksi yang mencurigakan terkait pengelolaan emas di PT ANTAM mulai

terdeteksi oleh pihak internal perusahaan. Beberapa transaksi melibatkan pengeluaran emas dalam jumlah besar tanpa ada pencatatan yang memadai, serta penyimpangan dalam prosedur pembelian dan penjualan logam mulia. Kemudian pada tahun 2021, KPK menerima laporan dari whistleblower yang dicurigai adanya korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan, yang dilakukan oleh sejumlah pejabat tinggi di PT ANTAM dan KPK mulai melakukan penyelidikan lebih lanjut. Dari hasil penyelidikan tersebut, menunjukkan bahwa terdapat enam mantan pejabat dari PT ANTAM, yang terlibat dalam kasus ini dan menimbulkan kerugian yang sangat besar untuk negara.

Enam mantan pejabat yang terdapat pada *Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia (UBPP LM)* PT ANTAM yang diketahui telah terlibat melakukan manipulasi dalam pengelolaan logam mulia milik perusahaan yakni, Vice President UBPP LM periode (2008-2011) Titik Kustiningsih, Vice President UBB LM periode (2011-2013) Herman, Senior Executive Vice President UBPP LM periode (2013-2017) Dody Martimbang, General Manager UBPP LM periode (2017-2019) Abdul Hadi Aviciana, General Manager UBPP LM periode (2019-2021) M Abi Anwar dan General Manager UBPP LM periode (2021-2022) Iwan Dahlan. Jaksa menyatakan bahwa enam mantan pejabat PT ANTAM selama periode 2010 sampai 2022, yang pernah menjabat sebagai vice president atau senior executive vice presiden atau general manager UBPP LM PT ANTAM bahwa keenam tersangka tersebut secara estafet telah melakukan kerjasama dalam melakukan emas cucian dan melebur cap emas kepada pihak ketiga, baik secara perorangan, toko mas, ataupun perusahaan non kontrak karya (Salam, 2025).

Keenam tersangka korupsi PT ANTAM bekerjasama untuk jasa melebur cap emas maupun jasa pemurnian emas dilakukan oleh Lindawati Effendi, Suryadi Lukmantara, Suryadi Jonathan, James Tamponawas, Ho Kioen Tjay, Djudju Tanuwidjaja, dan Gluria Asih Rahayu. Enam tersangka mantan pejabat PT ANTAM bekerjasama kepada jasa pemurnian dan peleburan emas berupa emas yang telah rusak kemudian di murnikan kembali, lalu di cetak menjadi emas batangan dan dicap dengan logo Logam Mulia serta sertifikasi dari *Komite Akreditasi Nasional* (KAN). Yang mana produk dari pada hasil tersebut, berupa emas batangan dengan berat yang bervariasi 1 kg, 50 gram, 25 gram, 5 gram, 2 gram, 1 gram dan 0,5 gram atau emas ini akan dicetak sesuai dengan permintaan dari pelanggan. Semua yang dilakukan oleh enam mantan pejabat PT ANTAM tanpa diketahui oleh Direksi PT ANTAM sendiri. Hal yang dilakukan oleh keenam tersangka mantan pejabat PT ANTAM menurut Direktur Penyidikan Jampidsus Kuntadi, merupakan penyalahgunaan wewenang secara ilegal untuk melakukan aktivitas jasa manufaktur yang seharusnya berupa peleburan, pemurnian dan pencetakan logam mulia asli (Tempo.com, 2024).

Dalam hal ini, terdapat 109 ton produk emas logam mulia dengan berbagai ukuran yang tidak menggunakan merek PT ANTAM secara tidak resmi selama periode 2010 sampai 2022, dikarenakan enam tersangka tersebut melakukan aktivitas ilegal terhadap jasa manufaktur. Yang seharusnya, pembuatan logam mulia melalui proses peleburan, pemurnian dan pencetakan logam mulia dengan logo Antam. Di duga enam tersangka ini mencetak emas logam mulia dari perusahaan milik swasta, yang bukan dari hasil PT ANTAM, namun logo atas produk logam mulia diberi logo Antam

atau dapat disebut pemalsuan merek pada produk logam mulia. Namun, logam mulia yang telah beredar di pasaran, terjamin keasliannya. Hal ini, ditegaskan oleh Syarif Faisal Alkadrie selaku Sekretaris dari perusahaan ANTAM, yang mengatakan bahwa seluruh emas yakni logam mulia yang dikeluarkan oleh perusahaan Antam memiliki sertifikat resmi dari *London Bullion Market Association* (LBMA). Syarif juga kembali menegaskan bahwa semua logam mulia yang beredar dipasar terjamin kemurniannya.

Walaupun demikian, kasus korupsi ini menyebabkan kerugian yang besar bagi PT ANTAM yang merupakan perusahaan milik negara, dikarenakan PT ANTAM kelebihan pasokan dipasar sehingga, berdampak pada penurunan harga produk logam mulia yang secara resmi dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut Harli Siregar, selaku Kepala Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan Agung, menegaskan bahwa kerugian yang dialami oleh negara, dikarenakan adanya kasus pemalsuan merek di PT ANTAM kurang lebih sebesar Rp3,31 triliun pada kegiatan emas cucian dan lebur cap emas PT ANTAM. Atas perbuatan yang telah dilakukan oleh keenam mantan pejabat UBPP LM PT ANTAM ini, mereka diganjar Pasal 2 Ayat (1) *juncto* Pasal 18 Undang - Undang Nomor 31 Tahun 1999 mengenai Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi yang sebagaimana telah diubah dan ditambah dengan UU No 20/2001 tentang Perubahan atas UU No 31/1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi *juncto* Pasal 55 Ayat (1) ke 1 KUHP (Salam, 2025).

Analisis Manajemen Krisis PT ANTAM

1. Pra-Krisis (*The Pre-Crisis Stage*)

Kasus korupsi PT ANTAM sebelumnya pernah terjadi pada tahun 2018, yang menyeret beberapa nama pejabat dari perusahaan tersebut. Awal mula kasus ini terjadi, ketika Budi Said telah membeli emas seberat 7 ton emas dari PT ANTAM ditahun 2018. Yang mana, Budi Said membeli emas dengan potongan harga menjadi senilai Rp 3,9 triliun (Tempo.co, 2024). Namun menurut Budi, dirinya hanya menerima emas dengan harga Rp 3,9 triliun seberat 5,9 ton, sementara untuk sisanya seberat 1,1 ton emas, Budi belum menerima sisa dari emas tersebut. Budi sendiri merasa tertipu oleh PT ANTAM, yang kemudian dirinya mengirimkan surat kepada PT ANTAM Cabang Surabaya, yang tidak pernah dibalas oleh PT ANTAM (Purwanti, 2024). Kemudian, dirinya mengirimkan surat yang ditunjukkan untuk PT ANTAM Jakarta. Dan saat itu, PT ANTAM menyatakan bahwa perusahaan tersebut, tidak pernah memberikan harga diskon kepada pelanggannya. Dengan adanya statement tersebut, membuat Budi Said, membawa permasalahan ini ke jalur hukum tepatnya pada 20 Januari 2019, yang mana Budi menggugat PT ANTAM yang katanya, tidak memberikan sisa dari pembelian emas tersebut kepada dirinya (Tempo.co, 2024). Setelah melakukan penyelidikan selama dua tahun, yakni pada tanggal 13 Januari 2021, Majelis Hakim Pengadilan Negeri atau PN Surabaya, telah mengambil keputusan bahwa PT ANTAM harus membayar adanya kerugian secara materills sebesar Rp 817,456 miliar (Tempo.co, 2024).

Kemudian, ditahun yang sama, tepatnya ditanggal 19 Agustus 2021, Pengadilan Tinggi Surabaya telah membatalkan keputusan yang di ajukan oleh Pengadilan Negeri (PN) Surabaya dan beralih untuk menolak gugatan dari *crazy rich* asal Surabaya ini. Budi yang tidak menerima adanya penolakan dari adanya gugatan tersebut, Budi mencoba

untuk kembali mengajukan gugatannya ke tingkat kasasi Mahkamah Agung (MA) (Purwanti, 2024). Yang mana, MA mengabulkan gugatan tersebut dan juga membatalkan adanya putusan banding, yang mengakibatkan PT ANTAM harus membayarkan emas batangan dengan kadar 24 karat seberat 1,1 ton kepada Budi (Purwanti, 2024). Kemudian, pada bulan Agustus 2023, mencuat dugaan korupsi yang melibatkan pejabat PT ANTAM cabang Surabaya ini. Terdapat empat pejabat PT ANTAM cabang Surabaya yang terlibat dalam dugaan korupsi tersebut yang diduga berkomplot dengan Budi Said, diantaranya yakni, Endang Kumoro (EK) sebagai Kepala BELM Surabaya I Antam, Misdianto (MD) sebagai Tenaga Administrasi BELM Surabaya I Antam, Ahmad Purwanto (AP) selaku General Trading Manufacturing And Service Senior Officer dan Eksi Anggraeni (EA) (Purwanti, 2024). Keempat tersangka ini telah melakukan pemufakatan jahat merekayasa adanya transaksi jual beli emas dengan menerapkan harga jual bawah atau harga yang terbilang rendah sudah ditetapkan oleh PT ANTAM, dengan dalih seolah – olah PT ANTAM memberikan diskon untuk produk yang di jualnya.

Menurut Kuntadi, selaku Direktur Penyidikan Jaksa Agung Muda Bidang Tindak Pidana Khusus mengatakan bahwa mereka menjalankan aksinya dengan merekayasa transaksi jual beli emas yang melalui took. Hal itu dilakukan, tentunya untuk mengaburkan rekayasa adanya tindakan korupsi tersebut dengan melanggar aturan dari SOP yang telah ada di PT ANTAM. Sehingga, hal itu berdampak pada PT ANTAM yang tidak mampu dalam mengontrol keseimbangan antara jumlah emas yang telah keluar dengan nilai transaksi masuk ke Butik Surabaya 1 tersebut. Namun, lagi-lagi untuk menutupi kasus korupsi tersebut, para

tersangka merekayasa pembuatan surat pernyataan palsu. Kuntadi mengatakan lebih lanjut, bahwa terdapat surat yang menyatakan bahwa transaksi PT ANTAM terhadap Budi, betul memiliki kekurangan untuk menyerahkan jumlah logam mulia yang telah dibeli oleh Budi di Butik Surabaya 1. Mereka berempat dijadikan sebagai terdakwa yang telah melakukan tindak korupsi dan merugikan negara terkait jual maupun beli pada produk PT ANTAM yakni logam mulia. Dalam dakwaan, disebutkan terdapat empat perbuatan yang telah dilakukan oleh Eksi dan rekan – rekan dalam melancarkan aksi korupsinya, yakni:

- a. Memberikan wewenang kepada Eksi Anggraeni untuk melakukan penjualan emas BELM Surabaya 01 Antam dengan harga di bawah harga resmi
- b. Memberikan fasilitas kepada Eksi Anggraeni untuk dapat menyerahkan emas yang melebihi faktur pembayaran. Hal ini, sangat berdampak pada kekurangan emas Antam yang seberat 152,80 kg di BELM, Surabaya 01 agar Eksi dapat memenuhi kesepakatan dengan para calon pembelinya
- c. Tidak hanya itu, keempat tersangka ini memanipulasi adanya laporan dari stok opname harian emas Antam di BELM Surabaya 01 Antam, yang dibuat seolah-olah tidak terjadi kekurangan stoke emas
- d. Eksi Anggraeni dalam memuluskan aksinya, dirinya memberikan imbalan kepada orang-orang yang telah membantu memperlancar aksinya. Yang mana, imbalan tersebut berupa uang maupun barang (Purwanti, 2024)..

Kasus yang terjadi pada PT ANTAM ini, sebenarnya bermula ketika kejaksaan melakukan pengecekan

kepada perusahaan PT ANTAM sendiri. Yang mana berita tersebut, bermunculan di berbagai platform media cetak maupun digital. Pada saat itu, para eksekutif belum menyadari bahwa kasus tersebut akan berkembang dan akan diketahui oleh masyarakat luas ataupun para stakeholder lainnya. Hal ini, dapat dikatakan krisis, karena memberikan dampak negative bagi organisasi/perusahaan, sehingga dapat menimbulkan hilangnya kepercayaan dari stakeholder yang bekerjasama dengan PT ANTAM ini. Hal ini, sejalan dengan pembahasan yang terdapat dalam buku Edward S. Devlin yang berjudul “*Crisis Management Planning and Execution*”, yang menjelaskan pada tahap pra-krisis, jika para eksekutif ataupun situasi pra-krisis ini tidak dapat dikelola secara baik dan situasinya akan semakin berkembang pada tahap krisis akut, kemudian para eksekutif akan mempertanyakan bagaimana krisis ini terjadi dan berkembang, dan mengapa mereka pada eksekutif tidak menyadari adanya hal tersebut. Sehingga hal tersebut dapat berkembang ke krisis akut. Untuk itu, suatu organisasi/ perusahaan penting untuk memiliki rencana manajemen krisis (*Crisis Management Plan / CMP*), yang memungkinkan para eksekutif dapat mengetahui maupun mengenali krisis yang akan terjadi dan berdampak bagi organisasi/perusahaannya. Dengan mengenali krisis, tentunya krisis tidak akan berkembang ke tahap selanjutnya dan akan mudah ditangani, jika krisis masih dalam tahap pra-krisis.

2. Tahap Krisis Akut (*The Acute-Crisis Stage*)

Setelah terungkapnya kasus korupsi yang melibatkan enam mantan pejabat tinggi PT ANTAM, perusahaan tersebut berusaha untuk menghadapi krisis reputasi yang serius. Sebagai

perusahaan milik negara yang bergerak di industri yang sangat mengandalkan kepercayaan publik maupun kepercayaan investor, PT ANTAM harus cepat dalam mengambil langkah – langkah strategis untuk mengelola krisis yang terstruktur dengan beberapa tahapan.

Identifikasi dan Penanganan Awal Krisis

Begitu kasus korupsi ini terungkap, PT ANTAM segera membentuk tim krisis, yang terdiri dari manajemen puncak, tim legal, dan humas untuk menangani situasi ini. Hal ini sesuai dengan tahapan krisis akut yang terdapat dalam buku Edward S. Devlin, yang mana pada buku tersebut dijelaskan bahwa pada tahap pasca krisis ini para eksekutif baru menyadari akan ada reputasi organisasi yang akan berpengaruh, untuk itu para eksekutif perlu untuk mengaktifkan Tim Manajemen Krisis (*The Crisis Management Team / CMT*). Yang mana CMT ini, telah dipilih oleh CEO untuk mengelola krisis, ketika situasi krisis telah memasuki tahap krisis akut, tentunya karyawan yang bergabung dalam CMT mempunyai keahlian pada bidang – bidang tertentu.

Kemudian langkah selanjutnya yang diambil adalah memastikan bahwa informasi yang benar dan akurat akan disampaikan kepada pihak – pihak yang berwenang, termasuk Komisi Pemberantas Korupsi (KPK). Hal tersebut dilakukan oleh Syarif Faisal Alkadrie selaku Sekretaris Perusahaan Antam, yang menyebutkan bahwa semua produk emas dalam jenis logam mulia Antam yang telah beredar di masyarakat, sangat terjamin akan keaslian dan kadar kemurniannya, karena produk emas tersebut telah dilengkapi dengan sertifikat *London Bullion Market Association* (LBMA) (Yanuar, 2025). Hal ini juga dikatakan oleh Kepala Pusat Penerangan Hukum (Kapuspenkum)

Kejaksaan Agung yakni Ketut Sumedana yang menegaskan, bahwa kasus yang saat ini beredar mengenai 109 ton emas atau logam mulia (LM) yang terdapat cap ataupun stempel (licensing) dari PT Aneka Tambang Tbk atau Antam, sudah telah diusut, bahwa emas tersebut adalah asli (Nurmutia, 2025). Hanya saja, merek dari Antam ini yang berada di produk LM dicap secara illegal oleh para tersangka sehingga, hal tersebut berdampak pada nilai harga LM yang menurun (Nurmutia, 2025). Nico Kanter, selaku Direktur Utama PT Aneka Tambang angkat suara ketika berada di Komisaris VI DPR, bahwa emas yang beredar di masyarakat bukan emas palsu, melainkan emas asli, karena semua emas yang akan diproses, tentunya harus melewati proses yang tersertifikasi. Dan sertifikat LBMA ini sangat teliti dalam mengaudit PT ANTAM tersebut (Nurmutia, 2025).

Pada tahap ini, PT ANTAM telah melakukan komunikasi terbuka kepada publik mengenai permasalahan ini, untuk menjelaskan secara jujur yang tengah dihadapi saat ini. PT ANTAM lebih memilih untuk tidak berbohong ataupun menyembunyikan fakta, tetapi lebih memilih untuk mengkonfirmasi terjadinya masalah tersebut dan menyatakan komitmen untuk bertanggung jawab terhadap kesalahan yang membuat masyarakat dan para stakeholder merasa resah. Langkah ini dilakukan oleh PT ANTAM, agar tidak adanya berita yang dilebih-lebihkan atau disinformasi mengenai kasus yang saat ini sedang berjalan. Untuk itu, para eksekutif maupun CEO PT ANTAM langsung angkat bicara dan menekankan mengenai permasalahan tersebut, karena jika para petinggi organisasi / perusahaan telah membicarakan kasus pada perusahaan yang ia pimpin, informasi tersebut tentunya valid kebenarannya.

Tentunya dengan adanya permasalahan ini, masyarakat banyak

memberikan reaksi yang cukup keras terhadap terungkapnya kasus ini, terutama mengingat PT ANTAM merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terkenal dan dipercaya oleh masyarakat dalam hal pengelolaan logam mulia. Kasus korupsi ini memicu kekecewaan public terhadap integritas dan transparansi perusahaan, mengingat PT ANTAM memegang peran penting dalam industry pertambangan dan logam mulia Indonesia. Banyak masyarakat yang merasa kehilangan kepercayaannya terhadap PT ANTAM sebagai perusahaan yang seharusnya memiliki standar etika yang tinggi. Kepercayaan publik terhadap produk PT ANTAM, terutama logam mulia, sempat terganggu. Sementara tanggapan dari pemerintah mengenai kasus ini, bahwa pemerintah melalui Kementerian BUMN dan Komisi Pemberantas Korupsi (KPK) memberikan perhatian serius terhadap kasus ini. Menteri BUMN mengungkapkan rasa kecewanya terhadap tindakan yang mencoreng reputasi PT ANTAM dan mencatatkan kerugian negara. Pemerintah mendesak agar PT ANTAM melakukan reformasi internal untuk mencegah kejadian serupa terjadi di masa depan, serta memastikan akuntabilitas dan transparan dalam pengelolaan perusahaan. Sebagai langkah awal, pemerintah memberikan sanksi tegas kepada pejabat – pejabat yang terlibat, yang mengarah pada pemecatan dan proses hukum yang dijalani oleh para pejabat tersebut. Selain itu, pemerintah juga mendesak PT ANTAM untuk segera memperbaiki kebijakan internalnya, meningkatkan pengawasan dan melakukan audit yang lebih transparan.

Setelah proses hukum berjalan, PT ANTAM telah mengeluarkan permintaan maaf secara resmi kepada publik dan pihak – pihak terkait. Dalam pernyataan tersebut, perusahaan

menegaskan bahwa mereka akan memperbaiki system internal dan memastikan bahwa tindakan serupa tidak akan terjadi lagi. Pernyataan resmi tersebut, berfokus untuk memperbaiki citra perusahaan, meningkatkan transparansi, dan memperkuat kebijakan anti-korupsi dalam pengelolaan perusahaan. Setelah terungkapnya kasus ini, PT ANTAM telah bekerja sama dengan KPK dan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), untuk melakukan audit internal yang menyeluruh. Semua pejabat yang terlibat dalam kasus tersebut, akan segera di berhentikan dan diserahkan kepada pihak yang berwenang dalam memproses secara hukum. Selain itu, PT ANTAM akan mendukung sepenuhnya upaya hukum yang diambil untuk menuntaskan kasus ini. Kemudian, PT ANTAM akan segera melaksanakan perbaikan kebijakan internalnya, termasuk peningkatan dalam hal transparansi, pengawasan, dan pengendalian yang lebih ketat terhadap transaksi dan alur pengelolaan emas dan loga mulia. Audit menyeluruh dilakukan untuk memastikan tidak ada lagi penyalahgunaan kewenangan oleh siapapun di masa mendatang. Salah satu langkah penting yang diambil adalah menerapkan system pelaporan yang lebih terbuka dan terstandarisasi serta menggunakan teknologi, untuk meningkatkan akuntabilitas dalam setiap transaksi logam mulia.

3. Tahap Pasca Krisis (*The Post-Crisis Stage*)

Setelah terjadinya kasus korupsi yang melibatkan enam pejabat tinggi dari PT ANTAM, perusahaan ini tengah menghadapi tantangan yang sedemikian besar untuk memulihkan citranya di mata publik, para investor, dan konsumen. Pemulihan citra adalah salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh PT ANTAM,

setelah terjadinya krisis ini. Berikut adalah beberapa tahapan yang diambil oleh PT ANTAM dalam menyelesaikan dan memulihkan dari segi citra maupun segi financial.

a. Peningkatan Komunikasi
Transparan dengan
Stakeholder

PT ANTAM telah menyadari bahwa salah satu kunci dari pemulihan citra ini adalah dengan berkomunikasi yang terbuka ataupun transparan dengan semua pihak terkait, terutama publik maupun stakeholder utamanya. Untuk itu, PT ANTAM menggencarkan komunikasi melalui media massa, pers rilis, serta platform digital untuk menyampaikan langkah-langkah yang telah diambil untuk memperbaiki situasi ini. Hal ini bertujuan agar kepercayaan public dapat dipulihkan, serta memastikan bahwa tindakan perbaikan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan standar akuntabilitas dan etika. Sebelum adanya kasus ini PT ANTAM dikenal sebagai perusahaan yang sangat dihormati, terutama dalam industry logam mulia. Untuk memulihkan citranya PT ANTAM telah melakukan sejumlah kampanye komunikasi yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa mereka berkomitmen untuk bertanggung jawab dan tidak mentolerir praktik korupsi. Salah satu langkah penting adalah menyampaikan klarifikasi terbuka dan mengenalkan kebijakan perbaikan internal yang ditargetkan untuk mengurangi kemungkinan penyalahgunaan wewenang di masa depan.

Kemudian pemulihan citra yang dilakukan ini tidak hanya sebatas pada langkah-langkah yang diambil pada tahap pasca krisis saja, namun perusahaan tersebut tidak hanya akan menerapkan langkah-langkah tersebut, namun PT ANTAM akan melakukan praktik-praktik terbaik dalam tata kelola perusahaan, termasuk audit rutin, pengawasan yang ketat terhadap transaksi, dan penerapan standar internasional dalam etika bisnis secara keberlanjutan. Yang mana, PT ANTAM telah menambahkan saluran komunikasi produk yang berguna untuk mengetahui segala informasi mengenai produk yang dijual belikan oleh PT ANTAM sendiri. Untuk mengakses, saluran komunikasi tersebut, masyarakat maupun para stakeholder dapat melakukan panggilan melalui *call center* 0804-1-888-888 dan dapat menghubungi melalui WhatsApp ALMIRA pada nomer 0811-1002-002 (Rahayu, 2024).

b. Penyusunan maupun
Pelaksanaan Program
Tanggung Jawab Sosial

PT Antam mengalokasikan sebagian dari dana kompensasi yang berasal dari kerugian akibat kasus ini untuk menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Program ini berfokus pada pendidikan, pengembangan masyarakat, dan bantuan kepada korban yang terdampak oleh kebijakan dan tindakan yang tidak etis dari pejabat yang terlibat. Dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai proyek sosial dan pembangunan, PT Antam berharap dapat memperbaiki citra

perusahaan dan menunjukkan bahwa mereka memiliki komitmen untuk memberi manfaat positif bagi masyarakat luas, karena PT ANTAM tidak hanya sebagai perusahaan yang terlibat dalam bisnis pertambangan saja, namun perusahaan tersebut juga ikut berkontribusi dalam pembangunan sosial.

c. Pengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Selain pengakuan eksternal dan perubahan persepsi publik, kinerja keuangan PT Antam juga menunjukkan adanya pemulihan setelah krisis. Meskipun terjadinya penurunan sementara dalam penjualan logam mulia, perusahaan berhasil mengembalikan daya saing dan kestabilan finansial dalam waktu yang relatif singkat. Langkah-langkah perbaikan yang dilakukan oleh PT Antam, seperti peningkatan efisiensi operasional, peningkatan kualitas produk, serta penurunan biaya produksi, memberikan dampak positif pada laba perusahaan. Berdasarkan laporan tahunan yang dipublikasikan, PT Antam berhasil mencatatkan peningkatan pendapatan pada tahun berikutnya setelah krisis, yang menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menarik kembali minat investor dan konsumen untuk membeli produk logam mulia mereka.

Dengan komunikasi yang diimplementasikan oleh PT ANTAM, dalam memperbaiki citra, mendapatkan penghargaan dari berbagai komite, salah satunya dari Komite Nasional

Kebijakan Governance dan Lembaga Independen lainnya yang menilai bahwa perusahaan tersebut telah melakukan transparansi, akuntabilitas maupun upaya – upaya dalam memperbaiki proses manjerial setelah adanya krisis yang berlangsung saat itu.. Yang mana, PT ANTAM telah memperoleh beberapa penghargaan dalam kategori tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance – GCG*), dan PT ANTAM merupakan salah satu perusahaan dari BUMN yang dapat berhasil melakukan reformasi tata kelola dan meningkatkan kepercayaan public setelah terjadinya kasus korupsi yang dilakukan oleh enam mantan pejabat PT ANTAM. Selain mendapatkan penghargaan dari lembaga nasional, PT ANTAM juga mendapat pengakuan dalam indeks reputasi perusahaan yang diselenggarakan oleh lembaga internasional. Yang mana, PT ANTAM telah mendapatkan peringkat yang lebih tinggi dibandingkan tahun – tahun sebelumnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa meskipun mereka menghadapi krisis reputasi yang berat, PT Antam berhasil mengembalikan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan. Dan dapat disimpulkan bahwa PT ANTAM berhasil dalam memulihkan citranya dan memulihkan finansial pada perusahaan tersebut setelah mengalami krisis. Namun, keberhasilan jangka panjang perusahaan bergantung pada komitmen berkelanjutan untuk transparansi dan integritas di semua tingkatan organisasi.

Selain itu, PT Antam harus terus mengembangkan kebijakan CSR dan memperbaiki kualitas produk

untuk mempertahankan kepercayaan publik dan investor.



5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa PT Antam mengalami sebuah krisis besar akibat skandal korupsi yang melibatkan enam pejabat tinggi perusahaan pada tahun 2018. Kasus ini tidak hanya menyebabkan kerugian finansial yang signifikan bagi negara, tetapi juga merusak reputasi perusahaan yang selama ini dikenal sebagai perusahaan pertambangan terkemuka dan terpercaya. Namun, PT Antam mampu menghadapi dan mengelola krisis ini dengan menggunakan pendekatan manajemen krisis yang terstruktur dan efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Antam. (2024). *Produk & Layanan PT ANTAM*. Antam.Com.
[https://www.antam.com/id/product#:~:text=Komoditas utama ANTAM adalah bijih,%2C emas%2C perak dan bauksit](https://www.antam.com/id/product#:~:text=Komoditas%20utama%20ANTAM%20adalah%20bijih,%20emas%20perak%20dan%20bauksit)
- Bakry, U. S (2019). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed), California. Sage Publications
- Devlin, E. S. (2007). *Crisis Management Planning and Execution* (Taylor & Francis Group (ed.); 1st ed.). Auerbach Publications.
- Fawdi, M. I. (2024). *Kejagung Taksir Kerugian Negara Kasus Korupsi 109 Ton Emas Antam Capai Rp. 1T*. News Detik.
https://news.detik.com/berita/d-7446080/kejagung-taksir-kerugian-negara-kasus-korupsi-109-ton-emas-antam-capai-rp-1-t/amp#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17457281863714&csi=1&referrer=https%3A%2Fwww.google.com
- Irwanti, M. (2023). *Manajemen Krisis Komunikasi (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*, Bandung. Widina Media Utama
- Larkin, J. (2003). *Strategic Reputation Risk Management*. New York. Palgrave Macmillan Publisher.
- Nurmutia, E. (2025). Beredar Kabar Emas Palsu, Kejagung Pastikan 109 Ton Emas Antam Asli. *CNBC Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20250305110341-4-615795/beredar-kabar-emas-palsu-kejagung-pastikan-109-ton-emas-antam-asli>
- Purwanti, T. (2024, January). DiTetapkan Jadi Tersangka, Begini Kronologi Kasus Budi Said. *CNBC Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240126170002-4-509380/ditetapkan-jadi-tersangka-begini-kronologi-kasus-budi-said>
- Salam, H. (2025). *Enam Pejabat UBPP Logam Mulia PT Antam Didakwa Merugikan Keuangan Negara Rp. 3.3 Triliun*. Kompas.Com.
<https://www.tempo.co/hukum/daftar-6-tersangka-kasus-korupsi-emas-antam-109-ton-jabatannya-gm-52597>
- Tempo.co. (2024). *Budi Said Jadi Tersangka, Ini Kilas Balik Kasus Korupsi Penjualan Logam Mulia PT Antam*.
<https://www.tempo.co/hukum/budi-said-jadi-tersangka-ini-kilas-balik-kasus-korupsi-penjualan-logam-mulia-pt-antam-95257>
- Tempo.com. (2024). *Awal Mula Kejagung Bongkar Korupsi di PT Antam yang Sudah Terjadi Sejak 12 Tahun Lalu*. Tempo.Com.
<https://www.tempo.co/arsip/awal-mula-kejagung-bongkar-korupsi-di-pt-antam-yang-sudah-terjadi-sejak-12-tahun-lalu-54068>
- Yanuar, Y. (2025). Isu Korupsi PT Antam Rp. 5,9 Kuadriliun dan Emas Palsu 109 Ton, Ini Penjelasan Kejaksaan Agung. *Tempo.Co*.
<https://www.tempo.co/hukum/isi-korupsi-pt-antam-rp-5-9-kuadriliun-dan-emas-palsu-109-ton-ini-penjelasan-kejaksaan-agung-1218554>