



06 AUG, 2025

PETRONAS, TNB kekal jenama terkuat di ASEAN

Berita Harian, Malaysia



PETRONAS, TNB kekal jenama terkuat di ASEAN

Prestasi kukuh bukti keyakinan pengguna makin meningkat, fokus terhadap kelestarian

Oleh Faiqah Kamaruddin
 bhbiz@nstp.com.my

PETRONAS dan Tenaga Nasional Bhd (TNB) mengekalkan kedudukan sebagai jenama utama ASEAN masing-masing dalam sektor minyak dan gas (O&G) serta utiliti.

Menurut laporan *Energy 100 2025* oleh Brand Finance, PETRONAS terus diiktiraf secara meluas sebagai jenama yang dipercayai dan menawarkan nilai yang baik, sekali gus mengukuhkan peranannya sebagai pemain utama dalam landskap tenaga global.

Laporan itu menyatakan bahawa PETRONAS kekal sebagai jenama O&G ketiga terkuat di dunia, dengan skor Indeks Kekua-

tan Jenama (BSI) sebanyak 83.7 daripada 100 dan penarafan AAA-.

Di belakang PETRONAS dalam kedudukan serantau ialah syarikat dari Thailand, PTT Public Company Ltd yang mencatatkan peningkatan nilai jenama sebanyak 11 peratus kepada AS\$9.2 bilion, manakala jenama Indonesia, Pertamina mengalami penurunan nilai jenama 15 peratus kepada AS\$3.8 bilion.

Dalam sektor utiliti, TNB mencatatkan lonjakan nilai jenama sebanyak 35 peratus kepada AS\$2.3 bilion, manakala Perusahaan Listrik Negara (PLN) dari Indonesia kini berada di kedudukan kedua dan ketiga sebagai jenama utiliti terkuat di dunia.

TNB memperoleh skor BSI sebanyak 88.9 daripada 100 dan menerima penarafan kekuatan jenama AAA, mencerminkan keyakinan pengguna yang semakin meningkat serta fokus kuat terhadap kelestarian.

"Antara yang menonjol ialah

program Tarif Elektrik Hijau yang membolehkan pengguna memilih tenaga boleh diperbaharui pada kadar premium yang berpatutan," tambah laporan itu.

Pelaburan inovasi hijau

Pengarah Urusan Brand Finance Asia Pasifik, Alex Haigh, berkata prestasi kukuh PETRONAS, TNB, PTT dan PLN menunjukkan bahawa jenama tenaga ASEAN bukan sahaja mampu bersaing pada peringkat global, tetapi juga berada di barisan hadapan dalam mengintegrasikan kelestarian ke dalam strategi penjenamaan mereka.

"Adalah menggalakkan untuk melihat bahawa pelaburan dalam inovasi hijau dan

kepercayaan pihak berkepentingan kini diterjemahkan kepada nilai dan kekuatan jenama yang nyata.

"Jenama ini membuktikan bahawa komitmen jelas terhadap peralihan tenaga adalah satu kelebihan dari segi strategi dan reputasi," tambahnya.



Alex Haigh