

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Instansi Bea Cukai yang baru-baru ini viral di media sosial dan media elektronik tengah ramai dikritik akhir-akhir ini. Banyak sekali unggahan dan komentar masyarakat di sosial media yang berbagi cerita dan pengalamannya selama berhubungan dengan Bea Cukai. Beberapa kasus yang viral seperti pengiriman sepatu seharga Rp. 10 juta yang dikeluhkan pria bernama Radhika Althaf karena dipungut bea masuk lebih dari Rp. 30 juta. Kasus lainnya yakni barang hibah untuk Sekolah Luar Biasa atau SLB-A Pembina Tingkat Nasional Jakarta. Barang berupa alat belajar siswa tunanetra bernama *taptilo* itu dikirim dari Korea Selatan. Barang itu tiba di Indonesia sejak 18 Desember 2022, tetapi pihak sekolah malah diminta melengkapi sejumlah dokumen, bahkan ditagih ratusan juta untuk menebus barang tersebut. Selain itu, ada pengiriman *action figure* yang viral usai seorang *influencer* protes di media sosial. kasus ini mirip-mirip dengan pungutan bea masuk sepatu. *Action Figure* yang dikirimkan ini merupakan hadiah dari perusahaan robot. Akan tetapi, Menteri Keuangan, Sri Mulyani menyebut nilai barang yang dilaporkan oleh perusahaan jasa kiriman lebih kecil dari harga sebenarnya. (Wicaksono, 2024).

Selain itu, ada pula keluhan dari masyarakat tentang pelayanan yang lambat dan tidak transparan dari bea cukai. Proses pengurusan dokumen dan barang di pelabuhan kadang-kadang memakan waktu yang lama dan penuh

dengan birokrasi yang rumit, menyebabkan kegiatan ekspor-impor terhambat dan biaya logistik meningkat. Hal ini memberikan kesan bahwa bea cukai kurang efisien dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas perbatasan. Akibat utas viral dan masyarakat yang berbagi pengalaman buruk mereka dengan petugas bea cukai di media sosial, menimbulkan kemarahan dan kekecewaan yang lebih luas di masyarakat. Banyaknya pemberitaan yang tidak valid, kurangnya pengetahuan masyarakat dan kesalahpahaman yang terjadi antara instansi bea cukai dengan publik membuat kepercayaan publik semakin menurun. (*BBC News Indonesia*, 2023).

Terkait dengan hal ini, beberapa pihak juga menyoroti perlunya reformasi dalam sistem bea cukai, baik dari segi regulasi maupun tata kelola internal. Peningkatan pengawasan terhadap petugas serta peningkatan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan tugas adalah beberapa hal yang dianggap penting untuk memperbaiki kinerja lembaga ini. Dimulai dari kantor wilayah Bea Cukai di tiap daerah yang tersebar luas di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Kantor Wilayah Bea Cukai Tanjung Perak sebagai objek penelitian ini. Bea Cukai Tanjung Perak adalah salah satu kantor Bea dan Cukai yang terletak di Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Sebagai bagian dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, instansi ini memiliki peran penting dalam mengawasi dan mengelola arus barang impor dan ekspor yang melewati pelabuhan Tanjung Perak, salah satu pelabuhan tersibuk di Indonesia. Dengan luas area yang cukup besar dan personel yang terlatih, Bea Cukai Tanjung Perak memiliki tugas utama untuk melaksanakan kebijakan pemerintah terkait

kepabeanan dan cukai. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa barang-barang yang masuk dan keluar dari pelabuhan tersebut sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk peraturan perdagangan internasional, tarif cukai, serta pengawasan terhadap barang-barang yang terlarang atau berpotensi membahayakan.

Salah satu fungsi utama Bea Cukai Tanjung Perak adalah pemeriksaan dan pemrosesan dokumen kepabeanan. Setiap barang impor atau ekspor yang melewati pelabuhan ini harus melalui proses pemeriksaan yang ketat untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Hal ini melibatkan verifikasi dokumen, pengecekan keabsahan dan klasifikasi barang, serta pemeriksaan fisik jika diperlukan. Selain itu, Bea Cukai Tanjung Perak juga berperan dalam mengawasi kegiatan ekspor-impor ilegal atau tidak dilaporkan. Mereka melakukan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan yang mencurigakan atau melanggar hukum kepabeanan dan cukai, serta bekerja sama dengan berbagai instansi terkait lainnya untuk menangani pelanggaran-pelanggaran tersebut.

Ketika berbagai macam isu dan masalah mencuat di Bea Cukai, dampaknya dapat sangat signifikan terhadap tingkat kepercayaan publik terhadap institusi tersebut. Kepercayaan publik, merupakan pondasi penting dalam hubungan antara lembaga pemerintah dan masyarakat. Ketika kepercayaan publik berkurang, hal ini dapat mengakibatkan berbagai konsekuensi negatif, termasuk penurunan legitimasi institusi, penurunan kinerja, serta penurunan dukungan dari masyarakat. Menteri Keuangan Sri Mulyani

Indrawati telah mengambil langkah responsif dengan mengadakan rapat mendadak di Kantor Pelayanan Utama Bea Cukai Soekarno-Hatta. Rapat ini diadakan sebagai tanggapan atas banyaknya kasus viral yang menyoroti pelayanan bea cukai yang kurang memuaskan masyarakat dan mulai meragukan integritas dan kredibilitas Bea Cukai Tanjung Perak ketika isu-isu terkait dengan penyalahgunaan kekuasaan, praktik korupsi, kurangnya transparansi dalam proses kepabeanan atau pelanggaran etika mulai mencuat. Ketidakpercayaan terhadap integritas institusi ini dapat merusak reputasi Bea Cukai Tanjung Perak sebagai lembaga yang bertanggung jawab dan adil dalam menjalankan tugas-tugasnya. (*Penurunan Penerimaan Dan Respons Menteri Keuangan Atas Keluhan Layanan Bea Cukai*, 2024).

Kepercayaan publik merupakan elemen fundamental bagi suatu lembaga atau organisasi, termasuk pemerintah, perusahaan, dan organisasi nirlaba, untuk mencapai tujuannya. Kepercayaan publik merupakan keyakinan dan rasa hormat masyarakat terhadap suatu lembaga atau organisasi. Lembaga yang dipercaya publik lebih mudah mendapatkan dukungan dan kerjasama dari masyarakat, serta lebih mampu untuk menjalankan program dan kebijakannya dengan efektif. Akumulasi isu-isu dan masalah di Bea Cukai Tanjung Perak dapat memiliki dampak yang merugikan terhadap citra dan reputasi institusi ini. Citra negatif yang melekat pada Bea Cukai Tanjung Perak dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga ini sebagai penjaga integritas, keadilan dan keamanan dalam pengelolaan arus barang internasional. Maka dari itu perlu dilakukan upaya-upaya untuk memperbaiki kepercayaan publik melalui peran

dan strategi tepat yang dilakukan oleh Humas (Hubungan Masyarakat) Bea Cukai Tanjung Perak untuk memulihkan reputasi dan membangun kembali dukungan masyarakat terhadap lembaga ini.

Di tengah gejolak isu-isu tersebut, peran Humas (Hubungan Masyarakat) di Bea Cukai menjadi semakin penting. Humas memiliki tanggung jawab untuk mengelola komunikasi dan citra publik instansi tersebut, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat dan media merupakan refleksi yang akurat dan transparan dari kegiatan dan kebijakan yang dilakukan oleh Bea Cukai. Salah satu peran utama Humas Bea Cukai adalah sebagai juru bicara yang kompeten dan dapat dipercaya dalam menjelaskan berbagai isu yang terkait dengan kegiatan dan operasional Bea Cukai. Mereka harus mampu memberikan penjelasan yang jelas dan komprehensif tentang kebijakan-kebijakan yang diterapkan, prosedur-prosedur yang dijalankan, serta langkah-langkah yang diambil untuk menangani isu-isu yang timbul. Selain itu, Humas Bea Cukai juga bertanggung jawab untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa dan stakeholders lainnya. Mereka harus aktif dalam menjalin komunikasi yang berkelanjutan dengan wartawan dan perwakilan media, serta melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peran dan fungsi Bea Cukai. (*Official Website Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai, 2023*).

Selain sebagai sumber informasi yang terpercaya, Humas Bea Cukai juga memiliki peran dalam mengelola krisis dan menangani situasi-situasi darurat yang mungkin timbul. Mereka harus siap untuk merespons dengan cepat dan

efektif terhadap berbagai kejadian yang dapat mempengaruhi reputasi dan operasional Bea Cukai, serta menyusun strategi komunikasi yang tepat untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Selain itu, humas Bea Cukai juga dapat berperan sebagai agen perubahan internal, dengan menyampaikan informasi dan edukasi kepada para pegawai Bea Cukai tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam menjaga citra dan reputasi instansi. Dengan peran yang penting dan strategis, Humas Bea Cukai memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjaga dan meningkatkan citra serta kepercayaan masyarakat terhadap Bea Cukai sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam mengawasi dan mengelola arus barang impor dan ekspor demi kemakmuran dan keamanan negara.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi humas Bea Cukai Tanjung perak dalam meningkatkan kepercayaan publik, yang dalam hal ini merupakan sebuah tantangan tersendiri khususnya bagi humas bea cukai Tanjung perak. Peneliti memilih humas bea cukai Tanjung perak dikarenakan humas bea cukai memiliki *Tracks record* prestasi yang cemerlang dan telah mendapatkan berbagai penghargaan atas prestasi yang telah dicapai baik oleh humas maupun instansi Bea Cukai Tanjung Perak itu sendiri. Adapun beberapa prestasi cemerlang yang diraih oleh humas Bea Cukai Tanjung Perak yang menjadi objek dalam penelitian ini antara lain :

1. Penghargaan Instansi Pemerintah terbaik dalam GINSI (Gabungan Importir Nasional Seluruh Indonesia) *Award* 2023

2. Penghargaan Perlindungan Merek dan Penegakan Hak Kekayaan Intelektual (HA.KI) dari PT. Paragon Technology and Innovation.
3. Penghargaan Humas se-Bea Cukai 2024, Peringkat 1 Best Media Sosial
4. Penghargaan Humas se-bea Cukai 2024, Peringkat 1 *Best Employee Advocacy*, kategori aktivasi terbanyak
5. Penghargaan Humas se-Bea Cukai 2023, Peringkat 1 Best SPLIT (Sistem Pendukung Layanan Informasi Terpadu) kategori Kanwil, KPU, dan KPPBC TMP

Dan masih banyak penghargaan-penghargaan lain yang diraih oleh instansi Bea Cukai Tanjung Perak. (*Official Website Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai, 2023*)

Humas bea cukai tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga merupakan faktor strategis untuk mencapai kesuksesan pelaksanaan program pemerintah khususnya pada bidang pembangunan, perbaikan, dan menjaga citra positif di mata masyarakat luas. Peran kehumasan perlu dikembangkan secara lebih proaktif untuk mampu mensintesis informasi dan mengungkap berita bohong di masyarakat luas dengan memberikan informasi yang tepat dan akurat agar tidak semakin berkembang miskonsepsi yang salah mengenai permasalahan di mata masyarakat luas (Lubis, 2012).

Untuk menghindari munculnya persepsi buruk dan menyukseskan fungsi dan peran *Public Relations* memerlukan strategi *Public Relations* direncanakan

dengan baik untuk mengembangkan citra yang baik untuk kepentingan Menjaga nama baik lembaga di mata masyarakat luas. Citra merupakan persepsi seseorang atau Kesan yang diterima seseorang terhadap suatu benda, baik atau buruk berdasarkan pemahaman terhadap realitas yang sebenarnya. Oleh karena itu gambarnya menjadi aset yang sangat berharga untuk dipelihara karena merupakan sebuah kesan seseorang terhadap suatu organisasi.

Citra yang positif akan memudahkan suatu instansi pemerintah dalam mencapai tujuannya kepercayaan masyarakat, sehingga citra tersebut tidak hanya diperlukan pada satu perusahaan saja saja, namun hal ini juga diperlukan bagi instansi pemerintah. Hal ini disebabkan oleh kenyataan Instansi pemerintah bekerja untuk masyarakat, begitu pula lembaga pemerintah memerlukan fungsi manajemen humas untuk mencapai citra positif untuk mencapai tujuan tersebut diterima oleh masyarakat.

Perencanaan hubungan masyarakat (PR) yang strategis mencakup seluruh kegiatan persiapan hubungan, baik internal maupun eksternal, antara lembaga dan masyarakat dengan tujuan mencapai rasa saling percaya dan pengertian. Kegiatan *inbound* dan *outbound* antar instansi dan masyarakat dicapai dengan merencanakan strategi yang dipersiapkan secara matang maksimal untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi kehumasan harus dibangun berdasarkan persepsi pemangku kepentingan untuk memperoleh opini publik yang dapat meningkatkan citra positif lembaga. Tujuan dari pengembangan strategi humas bagi para praktisi humas bukan hanya untuk mencapai citra positif saja, namun yang terpenting adalah meningkatkan citra

positif yang telah berhasil dibangun, karena jika kepercayaan hilang atau memburuknya kepercayaan masyarakat akan mempengaruhi hasil yang dicapai dan reputasi positif yang dibangun, hal ini dapat merugikan lembaga tersebut.

Dalam hal membangun citra, humas ibarat pedang bermata dua. *Public Relations* dapat menjadi senjata tajam bila digunakan untuk menciptakan citra baik organisasi. Namun, humas tidak boleh mengubah berita demi keuntungan organisasi. Sebab melanggar peraturan pers dan kode etik. Di sisi lain, PR juga dapat menjadi senjata yang berbahaya bagi penggunanya, jika tidak digunakan secara hati-hati sehingga menimbulkan citra buruk bagi organisasi (Grunig, J. E., & Broom, G. M. 2008). Selain itu, peran humas dalam suatu organisasi sangatlah penting. Hal ini mengacu pada peran humas dalam situasi penting atau situasi resmi yang berdampak besar pada organisasi. Kegiatan humas pada bidang ini merupakan propaganda massa, konferensi pers atau perjanjian antar negara. Citra yang baik dari suatu institusi dapat tercapai dari berbagai banyak faktor. Faktor yang dapat terbentuk dan terjadi peningkatan citra baik instansi, termasuk latar belakang atau profil instansi, prestasi atau penghargaan yang diraih instansi, kualitas produk atau pelayanan yang diberikan, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). yang lebih unggul, dll.

Pendapat Rosady Ruslan (2016) Strategi hubungan masyarakat melibatkan pengambilan keputusan tentang tujuan dan sasaran tujuan program, mengidentifikasi khalayak utama, menentukan kebijakan atau peraturan untuk mengarahkan pemilihan strategi dan definisi strategi. Agar masyarakat dapat memahami secara jelas, maka harus ada pihak yang bertanggung jawab dalam

memberikan informasi dan menghubungkan masyarakat dengan masyarakat. Pihak tersebut tak lain adalah praktisi humas atau humas. Penelitian ini berisi mengenai bagaimana strategi Humas dalam meningkatkan citra instansi untuk pada kantor Bea Cukai Tanjung Perak Surabaya. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Kantor Bea Cukai Tanjung Perak Surabaya dengan judul **“STRATEGI HUMAS BEA CUKAI TANJUNG PERAK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang diterapkan oleh humas Bea Cukai Tanjung Perak dalam meningkatkan *kepercayaan publik*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi yang diterapkan oleh Humas Bea Cukai Tanjung Perak dalam meningkatkan kepercayaan publik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dari penelitian ini akan memberikan kontribusi Menyumbangkan ide terkait penelitian strategi humas untuk meningkatkan citra instansi dan memperoleh kepercayaan publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Berikut manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

a. **Bagi Bea Cukai Tanjung Perak**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk strategi humas dapat diterapkan untuk meningkatkan citra positif dan kepercayaan publik pada Bea Cukai Tanjung Perak.

b. **Bagi Penulis**

Kami berharap penelitian ini dapat menjadi dukungan bagi penulis untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh semasa kuliah dan sebagai sarana belajar bagi para penulis untuk menemukan solusi atas permasalahan yang ada saat ini.

c. **Bagi Pembaca**

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa informasi atau Pengetahuan baru bagi pembaca tentang strategi humas internal meningkatkan citra lembaga dan memperoleh kepercayaan publik sehingga dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian lebih lanjut.