

SKRIPSI

**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA INSTANSI
PADA KANTOR PENGAWASAN DAN PELAYANAN BEA CUKAI TIPE
MADYA PABEAN NGURAH RAI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik
Negeri Bali

Oleh:

KADEK PUJA GAURI NANDINI

NIM : 1815744102

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI

**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA INSTANSI
PADA KANTOR PENGAWASAN DAN PELAYANAN BEA CUKAI TIPE
MADYA PABEAN NGURAH RAI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik
Negeri Bali

Oleh:

KADEK PUJA GAURI NANDINI

NIM : 1815744102

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra
Instansi Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan
Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai
2. Penulis
- a. Nama : Kadek Puja Gauri Nandini
- b. NIM : 1815744102
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Badung, 25 Juli 2022
POLITEKNIK NEGERI BALI

Menyetujui:

Pembimbing I,

Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM
NIP. 196508141990031014

Pembimbing II,

I Nyoman Sukayasa, SH., MH
NIP.196312311992031015

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA INSTANSI PADA
KANTOR PENGAWASAN DAN PELAYANAN BEA CUKAI TIPE MADYA
PABEAN NGURAH RAI

Oleh:

KADEK PUJA GAURI NANDINI
NIM: 1815744102

Disahkan:
Ketua Tim Penguji

Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM
NIP. 196508141990031014

Penguji I

I Wayan Sukarta, SE., M.Agb
NIP. 196005191989101001

Penguji II

Ida Bagus Gede Dananjaya, S.E., M.M.
NIK. 202111007

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua

Dr. I Ketut Santra, M.Si.
NIP. 196710241992031002

Badung, 16 Agustus 2022
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua

Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM
NIP. 196808271993031002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Everyone has their own stage of life, just don't give up!”

Persembahan:

“Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh cinta, bakti, dan syukur kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sepenuhnya hingga Skripsi ini dapat terselesaikan, keluarga terkasih yakni orang tua dan adik-adik saya, kedua bapak dosen pembimbing saya, dan pihak Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai. Terima kasih saya sampaikan atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Semoga dengan selesainya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.”

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul: **Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 25 Juli 2022

Yang menyatakan,



Kadek Puja Gauri Nandini

NIM. 1815744102

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Humas yang dapat diterapkan dalam meningkatkan citra instansi pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dengan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*), dan Matriks IE (*Internal External*). Hasil analisis Matriks IFAS menunjukkan bahwa faktor internal Humas Bea Cukai Ngurah Rai memperoleh total skor 3.48. Ini menunjukkan posisi internal Humas Bea Cukai Ngurah Rai kuat dalam memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan. Hasil analisis Matriks EFAS menunjukkan faktor eksternal Humas Bea Cukai Ngurah Rai memperoleh total skor 3.10. Ini menunjukkan bahwa kondisi eksternal Humas Bea Cukai Ngurah Rai dapat dikendalikan dengan baik. Hasil pemetaan Matriks IE memperlihatkan Humas Bea Cukai Ngurah Rai berada pada sel 1 yakni berada pada posisi tinggi. Dengan posisi yang berada pada sel 1, Humas Bea Cukai Ngurah Rai menerapkan *Growth Strategy* yakni dengan menerapkan strategi penetrasi konsumen atau pengguna jasa, pengembangan program atau kegiatan kehumasan, dan pengembangan konsumen atau pengguna jasa untuk meningkatkan citra instansi.

Kata kunci: Strategi Humas, Citra Instansi, Analisis SWOT

ABSTRACT

This study aims to determine the PR strategy that can be applied in improving the institution image at Ngurah Rai Customs Office. The research method used is descriptive qualitative and the analytical technique used is SWOT analysis with IFAS Matrix (Internal Factor Analysis Summary), EFAS Matrix (External Factor Analysis Summary), and IE Matrix (Internal External). The results of the IFAS Matrix analysis show that the internal factors of Ngurah Rai Customs Public Relations get a total score of 3.48. This shows that the internal position of Ngurah Rai Customs Public Relations is strong in maximizing strengths and minimizing weaknesses. The results of the EFAS Matrix analysis show that the external factors of Ngurah Rai Customs Public Relations obtained a total score of 3.10. This shows that the external condition of Ngurah Rai Customs Public Relations can be controlled properly. The results of the IE Matrix mapping show that Ngurah Rai Customs Public Relations is in cell 1, which is in a high position. With a position in cell 1, Ngurah Rai Customs Public Relations implements a Growth Strategy, namely by implementing a penetration strategy of consumers or service users, developing public relations programs or activities, and developing consumers or service users to improve the institution image.

Keywords: *Public Relations Strategy, Institution Image, SWOT Analysis*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa) karena atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi Terapan dengan judul **“Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai”** tepat pada waktunya. Tujuan penyusunan Skripsi Terapan dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.

Skripsi Terapan ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya tidak terlepas dari bantuan, saran, pendapat, dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini saya sampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut secara langsung maupun tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini, yakni kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE.,M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Jurusan Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas

pembelajaran kepada penulis untuk mempermudah proses dalam membuat Skripsi Terapan ini.

3. Ibu Ni Made Kariati, S.Kom.,M.Cs selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
4. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional yang telah memberikan pengarahan selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
5. Bapak Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan Skripsi Terapan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
6. Bapak I Nyoman Sukayasa, SH., MH selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan Skripsi Terapan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
7. Bapak/Ibu Dosen pengajar serta staf pegawai di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah mendidik dan membina dalam memberikan perkuliahan serta bantuan dan pelayanan yang baik selama penulis menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.

8. Bapak Agus Budi Priono selaku Kepala Seksi Subbagian Umum yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) serta memberikan izin untuk pengambilan data dan informasi yang diperlukan penulis dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
9. Bapak Bintang Satriawan selaku Pejabat Fungsional Pemeriksa Bea Cukai atau Pelaksana Senior Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi Bea Cukai Ngurah Rai yang telah banyak membantu dalam memberikan data dan informasi yang diperlukan penulis dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
10. Para pegawai pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai yang telah banyak membantu dalam memberikan data dan informasi yang diperlukan penulis dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.
11. Keluarga tercinta yakni Bapak Nyoman Sriadnyana dan Ibu Ni Putu Dewiati serta saudara-saudara saya Pande Komang Danu Agastya dan Pande Ketut Juneau Kumala Widnyani atas dukungan dan doa yang selalu diberikan selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
12. Teman-teman terbaik penulis yakni Sindoro, Okta, Dio, dan Harliv yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.

13. Teman-teman kuliah penulis dan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan Skripsi Terapan ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

14. Tidak lupa saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan pantang menyerah dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini akan lebih sempurna jika mendapatkan masukan dari pembacanya, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai acuan untuk perbaikan dan peningkatan dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis berharap Skripsi Terapan ini dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber bagi pembaca.

Badung, 25 Juli 2022

Kadek Puja Gauri Nandini

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB V	15
SIMPULAN DAN SARAN	15
5.1 Simpulan	15
5.2 Saran	17
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Stakeholders Riil Bea Cukai Ngurah Rai Tahun 2021	6
Tabel 1.2 Jumlah Pengaduan Melalui Loker Layanan & Email Tahun 2020-2021	7
Tabel 1.3 Jumlah Pengaduan Modus Penipuan Mengatasnamakan Bea Cukai Ngurah Rai Tahun 2021	8

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Pernyataan Pengambilan Data Skripsi
- Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
- Lampiran 4 : Kuesioner Penilaian Rating dan Bobot Melalui Google Form
- Lampiran 5 : Rating Indikator-indikator Internal Penentu Kekuatan dan Kelemahan Humas Bea Cukai Ngurah Rai
- Lampiran 6 : Rating Indikator-indikator Eksternal Penentu Peluang dan Ancaman Humas Bea Cukai Ngurah Rai
- Lampiran 7 : Hasil Pemberian Bobot Internal Humas Bea Cukai Ngurah Rai
- Lampiran 8 : Hasil Pemberian Bobot Eksternal Humas Bea Cukai Ngurah Rai
- Lampiran 9 : *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*
- Lampiran 10 : *External Factor Analysis Summary (EFAS)*
- Lampiran 11 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 12 : Lingkungan Kantor dan Beberapa Kegiatan Kantor
- Lampiran 13 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan Hubungan Masyarakat (Humas) sudah tidak asing lagi pada lembaga perusahaan, lembaga pendidikan maupun lembaga pemerintahan. Fungsi Humas dalam instansi pemerintahan adalah membantu pemerintah dalam mencapai tujuan pada suatu program tertentu. Selain itu, Humas pemerintahan sebagai jembatan antara instansi dengan publik berperan penting dalam memberikan informasi kepada publik internal maupun eksternal. Kepada publik eksternal, Humas berperan memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, memberikan sanggahan mengenai suatu pemberitaan yang merugikan pemerintah, dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat.

Humas pemerintah tidak hanya berperan dalam penyampaian informasi saja, melainkan juga menjadi salah satu unsur strategis dalam meraih kesuksesan pelaksanaan program pemerintah khususnya dalam membangun, meningkatkan, dan mempertahankan citra positif di mata publik. Peran Humas perlu dikembangkan agar lebih proaktif sehingga mampu mengemas informasi dan meluruskan berita miring di masyarakat dengan memberikan fakta-fakta yang

benar agar tidak semakin berkembangnya persepsi-persepsi buruk mengenai pemerintah di mata masyarakat (Lubis, 2012).

Untuk menghindari munculnya persepsi-persepsi buruk serta menyukseskan fungsi dan peran Humas tersebut, maka perlu adanya strategi Humas yang terencana dengan baik sehingga dapat mengembangkan citra yang baik demi menjaga reputasi instansi di mata publik. Citra merupakan persepsi seseorang atau kesan yang diterima oleh seseorang terhadap suatu objek baik maupun buruk berdasarkan pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Sehingga citra menjadi aset yang sangat berharga untuk dijaga karena merupakan sebuah kesan seseorang terhadap suatu lembaga. Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat & Ardianto (2015:114) citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Citra positif akan memudahkan suatu instansi pemerintah dalam meraih kepercayaan publik, sehingga citra tidak hanya dibutuhkan bagi suatu perusahaan saja, namun juga dibutuhkan bagi instansi pemerintahan. Hal ini dikarenakan instansi pemerintahan bekerja untuk masyarakat, sehingga instansi pemerintahan memerlukan fungsi manajemen humas dalam meraih citra positif agar dapat diterima oleh masyarakat. Dengan pentingnya citra tersebut, maka penting bagi Humas Pemerintah untuk membentuk suatu strategi guna dapat terbentuknya citra positif yang diinginkan.

Menurut Ruslan dikutip oleh Pranabella & Puspasari (2021) perencanaan strategi Hubungan Masyarakat (Humas) mencakup semua aktivitas penyusunan hubungan baik kegiatan ke dalam maupun kegiatan ke luar antara instansi dan

masyarakat yang memiliki tujuan untuk mencapai saling percaya dan memahami. Kegiatan ke dalam maupun kegiatan ke luar antara instansi dan masyarakat ini dilakukan dengan perencanaan terhadap strategi yang telah disusun secara maksimal guna tercapainya tujuan yang diinginkan. Menurut Adnanputra dalam Ruslan (2014:134) strategi Humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan Humas dimana Humas memiliki tujuan untuk membangun dan mengembangkan citra yang menguntungkan (*favorable image*) bagi instansi terhadap para stakeholdernya dimana sasaran tersebut adalah publik internal dan publik eksternal.

Maka dari itu, dalam upaya tercapainya tujuan tersebut, strategi Humas perlu dibuat untuk menggarap persepsi para *stakeholders* guna mendapatkan opini publik yang dapat meningkatkan citra positif instansi. Tujuan dari dibentuknya strategi Humas oleh praktisi Humas tidak hanya untuk memperoleh citra positif, tetapi citra positif yang telah berhasil dibangun tersebut penting untuk ditingkatkan, karena apabila kepercayaan publik hilang atau berkurang akan berpengaruh pada reputasi positif yang telah dibangun sehingga dapat merugikan instansi.

Citra positif suatu instansi sendiri dapat terbentuk dari banyak faktor. Faktor yang dapat membentuk dan meningkatkan citra suatu instansi antara lain sejarah atau profil instansi, prestasi atau predikat yang diraih instansi, kualitas produk atau pelayanan yang diberikan, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul, dan lain sebagainya. Menurut Selda & Ozkaya yang dikutip oleh Suwatno (2018:46) penciptaan citra terdiri dari tujuh faktor utama, yakni *customer*

satisfaction (kepuasan pelanggan), *product quality* (kualitas produk), *tangible image* (citra yang nyata/berwujud), *advertisement* (iklan), *sponsorship* (sponsor), *media relations* (hubungan media), dan *social responsibility* (tanggung jawab sosial).

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai merupakan institusi kepabeanan yang berada di Bali bertanggung jawab untuk ikut serta mendukung dan memajukan industri pariwisata serta Industri Kecil Menengah (IKM) di Bali agar dapat bersaing di dunia internasional. Dengan peranan Bea Cukai sebagai *Trade Facilitator*, *Industrial Assistance*, *Community Protector*, dan *Revenue Collector*, Bea Cukai Ngurah Rai berkomitmen memberikan pelayanan secara cepat, efisien, responsif, dan transparan kepada seluruh pengguna jasa kepabeanan guna meningkatkan citra positif instansi untuk membangun kerja sama yang baik.

Bea Cukai Ngurah Rai meraih predikat Wilayah Birokrasi Bersih Melayani (WBBM) pada tahun 2020 setelah setahun sebelumnya menyandang predikat Wilayah Bebas Korupsi (WBK). Bea Cukai Ngurah Rai terus mengupayakan pencegahan korupsi, reformasi birokrasi, dan peningkatan terhadap kualitas pelayanan publik. Bea Cukai Ngurah Rai sendiri meraih nilai “A” untuk Mutu Pelayanan pada Survei Kepuasan Masyarakat periode triwulan II tahun 2020. Dari hasil tersebut, pengguna jasa menilai bahwa Kinerja Unit Pelayanan Bea Cukai Ngurah Rai termasuk dalam kategori “Sangat Baik” dengan menempatkan perolehan Indeks Kepuasan Masyarakat pada angka “83,33”. Dimana hal ini menandakan bahwa citra yang dimiliki oleh instansi Bea Cukai Ngurah Rai sudah

sangat baik dan perlu untuk dijaga agar tidak ada pihak yang dirugikan baik bagi instansi sendiri maupun pihak stakeholders.

Praktisi Humas dalam instansi Bea Cukai Ngurah Rai dikerjakan oleh Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi (PLI) merupakan unit bagian dalam Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai yang mempunyai tugas pokok sebagai jembatan antara instansi dengan *stakeholders* atau publiknya untuk memberikan layanan kegiatan kehumasan dan penyuluhan mengenai informasi terkait dengan peraturan, kegiatan, acara, dan sebagainya yang diselenggarakan Bea Cukai Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi.

Stakeholders merupakan semua pihak dalam masyarakat, termasuk individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau peran dalam suatu organisasi yang saling berhubungan dan terikat. *Stakeholders* yang dimiliki oleh Bea Cukai Ngurah Rai sendiri terbagi atas 2 jenis, yakni *stakeholders* riil dan *stakeholders* non-riil. *Stakeholders* riil adalah perusahaan yang melakukan kerja sama ekspor-impor secara rutin dengan Bea Cukai Ngurah Rai. Sementara itu, *stakeholders* non-riil adalah masyarakat umum yang hanya memiliki keperluan tertentu yang dilakukannya secara tidak rutin, seperti registrasi *International Mobile Equipment Identity (IMEI)* dan penerimaan barang.

Stakeholders riil Bea Cukai Ngurah Rai terdiri atas *Inward Manifest*, *Outward Manifest*, Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK) Importir, Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK) Eksportir, Importir, dan Eksportir. *Inward Manifest* merupakan daftar barang niaga yang diangkut oleh Sarana Pengangkut melalui laut, udara, dan darat pada saat memasuki Kawasan

Pabean atau tempat lain setelah mendapat izin Kepala Kantor Pabean yang mengawasi tempat tersebut. *Outward Manifest* merupakan daftar barang niaga yang diangkut oleh Sarana Pengangkut melalui laut, udara, dan darat pada saat meninggalkan Kawasan Pabean atau tempat lain setelah mendapat izin Kepala Kantor Pabean yang mengawasi tempat tersebut. Sementara itu, PPJK merupakan Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan. Adapun data jumlah masing-masing dari daftar *stakeholders* riil Bea Cukai Ngurah Rai dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Stakeholders Riil Bea Cukai Ngurah Rai Tahun 2021

No.	Stakeholders	Jumlah
1.	<i>Inward Manifest</i>	8
2.	<i>Outward Manifest</i>	9
3.	PPJK Importir	13
4.	Importir	33
5.	PPJK Eksportir	28
6.	Eksportir	303
TOTAL		394

Sumber : Seksi Pengolahan Data dan Administrasi Dokumen

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat dijelaskan bahwa total jumlah *stakeholders* riil yang dimiliki Bea Cukai Ngurah Rai tahun 2021 yakni sejumlah 394 *stakeholders*. Dengan jumlah *stakeholders* riil yang tidak sedikit tersebut, penting untuk menjalin komunikasi yang baik guna terjalinnya kerja sama yang optimal. Dengan demikian kerja sama yang terjalin tersebut penting untuk ditingkatkan dan dijaga secara maksimal atas kepercayaan yang telah diberikan pada instansi salah satu caranya dengan menjaga citra instansi agar tidak ada pihak yang dirugikan sehingga masing-masing tujuan dapat tercapai.

Ruslan menyebutkan bahwa citra berkaitan dengan suatu penilaian, opini, tanggapan, bentuk pelayanan, nama perusahaan, merek dari produk yang

dihasilkan, serta kepercayaan publik terhadap perusahaan (Ruslan, 2006:71). Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, maka instansi akan memperoleh tanggapan positif serta penurunan pada jumlah pengaduan. Adapun jumlah pengaduan yang diterima Seksi PLI Bea Cukai Ngurah Rai selama periode 2 tahun terakhir melalui loket layanan dan email dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Jumlah Pengaduan Melalui Loket Layanan & Email Tahun 2020-2021

Tahun	Pengaduan Melalui Loket Layanan	Pengaduan Melalui Email	Total
2020	168	149	317
2021	796	165	961

Sumber : Seksi PLI Bea Cukai Ngurah Rai

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pengaduan yang didapat pada Seksi PLI Bea Cukai Ngurah Rai melalui loket layanan dan email dalam periode 2 tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terhitung total pengaduan melalui loket layanan dan email pada tahun 2020 sebanyak 317 pengaduan dan mengalami peningkatan menjadi 961 pengaduan pada tahun 2021. Pada Tabel 1.2 dijelaskan bahwa total jumlah pengaduan melalui loket layanan pada tahun 2020 sebanyak 168 dan meningkat menjadi 796 pada tahun 2021. Pengaduan melalui loket layanan diperoleh dari loket layanan sekaligus pesan WhatsApp, hal ini dikarenakan situasi pandemi mengakibatkan loket layanan juga dilakukan melalui pesan pada WhatsApp untuk mengurangi penyebaran virus melalui tatap muka langsung. Kemudian jumlah pengaduan melalui email pada tahun 2020 sebanyak 149 dan juga mengalami kenaikan menjadi sebanyak 165.

Dari keseluruhan pengaduan yang masuk tersebut berasal dari pengaduan terhadap sistem dan prosedur, sikap dan perilaku pegawai Bea Cukai Ngurah Rai, serta modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngurah Rai. Hal ini dapat membuat penilaian buruk atau berita negatif terhadap instansi yang mana hal tersebut dapat menurunkan citra positif yang telah dibangun instansi khususnya dari modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngurah Rai. Adapun data lebih rinci mengenai jumlah dari jenis pengaduan modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngurah Rai tahun 2021 yang masuk pada Seksi PLI dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Jumlah Pengaduan Modus Penipuan Mengatasnamakan Bea Cukai Ngurah Rai Tahun 2021

Triwulan	Jumlah & Keterangan			Total
	Pengaduan Melalui Telepon	Pengaduan Melalui Loker Layanan	Pengaduan Melalui Email	
I	64	6	12	82
II	20	18	11	49
III	47	12	20	79
IV	60	13	18	91

Sumber : Seksi PLI Bea Cukai Ngurah Rai

Berdasarkan data jumlah pengaduan modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngurah Rai yang masuk pada Seksi PLI Bea Cukai Ngurah Rai pada Tabel 1.3 di atas, dapat dijelaskan bahwa total pengaduan melalui telepon, loket layanan, dan email pada Triwulan I sejumlah 82 pengaduan. Kemudian untuk total pengaduan melalui telepon, loket layanan, dan email pada Triwulan II sejumlah 49, lalu pada Triwulan III sebanyak 79 pengaduan melalui telepon, loket layanan, dan email dan sebanyak 91 pengaduan pada Triwulan IV. Maka, secara

keseluruhan total pengaduan modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngunyah Rai yang masuk pada Seksi PLI pada tahun 2021 adalah sebanyak 301 pengaduan. Ini menandakan bahwa jumlah pengaduan yang masuk melalui Seksi PLI mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Pengaduan terkait modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngunyah Rai tersebut dapat menjadi salah satu faktor penyebab timbulnya pemberitaan negatif terkait dengan Bea Cukai Ngunyah Rai yang mana hal tersebut dapat merusak citra positif instansi.

Situasi demikian dapat merusak citra positif instansi yang telah terbentuk terlebih Bea Cukai Ngunyah Rai meraih predikat Wilayah Birokrasi Bersih Melayani (WBBM) dimana hal tersebut dapat merugikan instansi maupun para pengguna jasanya, maka praktisi Humas perlu untuk membentuk strategi Humas dan upaya yang tepat dalam menjalankan kegiatan kehumasannya guna menyukseskan komitmen yang telah dibuat oleh instansi, sehingga dapat mempertahankan kepercayaan stakeholdernya. Apabila strategi dan upaya yang diambil praktisi Humas Bea Cukai Ngunyah Rai tidak tepat, maka hal tersebut dapat menimbulkan semakin banyaknya pengaduan dan menyeruaknya berita atau isu negatif terkait Bea Cukai Ngunyah Rai.

Oleh karena itu, dengan situasi yang dimiliki Bea Cukai Ngunyah Rai tersebut, agar citra baik instansi tidak rusak dan dapat mengurangi pengaduan khususnya mengenai modus penipuan mengatasnamakan Bea Cukai Ngunyah Rai yang dapat menimbulkan pemberitaan negatif terhadap instansi Bea Cukai Ngunyah Rai, perlu untuk membuat perencanaan pada penentuan strategi yang tepat dengan melakukan analisis pada faktor-faktor internal dan eksternal Humas Bea Cukai

Ngurah Rai sehingga dapat memperoleh strategi yang tepat dalam menghadapi kondisi tersebut. Sehingga alat analisis dalam perencanaan strategi menjadi bagian penting karena sebagai penentu dalam keberhasilan perencanaan yang telah disusun. Salah satu alat analisis dasar dalam perencanaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT menganalisis internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta analisis eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Tujuan utama dari analisis SWOT adalah untuk mengoptimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan serta memanfaatkan peluang yang muncul dan mengatasi ancaman yang datang.

Penelitian ini berisi mengenai bagaimana strategi Humas dalam meningkatkan citra instansi pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dengan menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan maupun kelemahan dan peluang serta ancaman, sehingga dapat memberikan strategi Humas yang dapat dijadikan masukan untuk digunakan Humas Bea Cukai Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dengan judul **“Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kegiatan kehumasan yang dijalankan pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi?
- b. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan Humas Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kegiatan kehumasan yang dijalankan pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi.
- b. Untuk mengetahui strategi yang dapat diterapkan Humas Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan sumbangan gagasan mengenai penelitian strategi Humas dalam meningkatkan citra instansi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Bea Cukai Ngurah Rai

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan terhadap strategi Humas yang dapat diterapkan dalam meningkatkan citra positif instansi Bea Cukai Ngurah Rai.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media bagi penulis sebagai wadah dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama di bangku perkuliahan dan sebagai sarana belajar penulis dalam mencari solusi dari permasalahan yang ada.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa wawasan atau pengetahuan baru bagi para pembaca mengenai strategi Humas dalam meningkatkan citra instansi serta dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian dengan judul **“Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai”** terdiri atas lima bagian inti, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat lima sub topik, yakni latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi kajian teoritis sebagai dasar pengetahuan dari penyusunan penelitian ini serta penelitian terdahulu (kajian empiris) dan kerangka pemikiran teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat tempat dan obyek penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas gambaran umum dari Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai, hasil analisis dan pembahasan, serta implikasi hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai simpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan mengenai strategi Humas pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Kegiatan kehumasan yang dijalankan Humas Bea Cukai Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi adalah memberikan sosialisasi mengenai peraturan dan ketentuan Kepabeanan dan Cukai di Indonesia dimana target audiensnya adalah pengguna jasa Bea Cukai Ngurah Rai termasuk masyarakat umum dan pegawai Bea Cukai Ngurah Rai serta kalangan akademisi seperti mahasiswa, dosen, dan siswa SMA/SMK serta memperluas jangkauan dalam mengedukasi masyarakat melalui siaran radio dengan berkontrak kerja bersama Menara FM dan D'OZ Radio. Selain itu, Humas Bea Cukai Ngurah Rai juga mendatangi perusahaan pengguna jasanya untuk menjalin hubungan kerja sama yang baik dan memperkuat hubungan baik antara Bea Cukai Ngurah Rai dengan insan media di Bali. Serta melakukan publikasi dan membuat *campaign* pada media sosial mengenai kegiatan kantor maupun informasi terkait Kepabeanan dan Cukai di Indonesia guna

meraih kepercayaan dan perhatian publik dalam meningkatkan citra positif Bea Cukai Ngurah Rai.

- b. Strategi yang dapat diterapkan Humas Bea Cukai Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi adalah *Growth Strategy* yang diperoleh dari analisis Matriks IE dimana Humas Bea Cukai Ngurah Rai dapat melakukan strategi penetrasi konsumen atau pengguna jasa, strategi pengembangan program atau kegiatan kehumasan, dan strategi pengembangan konsumen atau pengguna jasa. Sedangkan berdasarkan analisis Matriks SWOT diperoleh alternatif strategi Humas yang dapat diterapkan oleh Humas Bea Cukai Ngurah Rai dalam meningkatkan citra instansi Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean Ngurah Rai, antara lain adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan *positive customer experience*, memanfaatkan hubungan kerja sama dengan *influencer* untuk ikut mengkampanyekan peraturan Kepabeanan dan Cukai di Indonesia sehingga dapat meraih kepercayaan publik, memberikan pelatihan *hard skill* dan *soft skill* guna meningkatkan keterampilan pegawai dalam menjalankan kegiatan kehumasan dan memberikan pelayanan yang optimal kepada pengguna jasa, menciptakan wadah sebagai media penyampaian ketidakpuasan pengguna jasa, meningkatkan kegiatan publikasi melalui media sosial maupun media digital lainnya, dan menjalin hubungan kerja sama dengan Kantor Kedutaan Besar yang ada di Bali untuk meminta bantuan dalam mensosialisasikan peraturan Kepabeanan dan Cukai di Indonesia kepada warga negaranya.

5.2 Saran

Berdasarkan pada pembahasan yang telah diuraikan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan *hard skill* mengenai desain karikatur serta editing video dan foto untuk kebutuhan publikasi, kemampuan dalam menulis berita, menggunakan media sosial, berbagai *software* seperti Photoshop dan Microsoft Office, dan perangkat elektronik seperti kamera digital untuk pemeratakan keterampilan SDM sekaligus mengatasi kurangnya jumlah SDM pada Seksi PLI. Serta memberikan pelatihan *soft skill* kepada pegawai untuk meningkatkan kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan serta mengendalikan situasi saat menghadapi pengguna jasa yang kurang kooperatif untuk menghindari respon negatif pengguna jasa akibat menerima pelayanan yang tidak sesuai dengan harapannya.
2. Di era digital sekarang ini sebaiknya Humas Bea Cukai Ngurah Rai membuat Podcast pada *platform music* Spotify dan kanal YouTube untuk mengedukasi masyarakat Bali mengenai peraturan dan ketentuan Kepabeanan dan Cukai di Indonesia dengan jangkauan yang lebih luas.
3. Bekerja sama dengan semua kantor Kedutaan Besar di Bali untuk meminta bantuan dalam mensosialisasikan peraturan Kepabeanan dan Cukai di Indonesia kepada warga negaranya guna menghindari kesalahpahaman mengenai peraturan Kepabeanan dan Cukai di Indonesia oleh pengguna jasa yang berasal dari luar Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, dkk. (2017). STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA ORGANISASI NIRLABA WORLD WIDE FUND FOR NATURE – INDONESIA. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, Vol. 1 (2), 223-236.
- Cutlip, Center, dan Broom. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- David, Fred. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Givafuri, Elwina. (2014). PENGGUNAAN ANALISIS SWOT DALAM PEMBUATAN PROGRAM PUBLIC RELATIONS TB.RUMAH BUKU. *ARTIKEL ILMIAH SARJANA FIKOM UNISBA*.
- Hariani, Danarti. (2015). FORMULASI STRATEGI PUBLIC RELATION DAN KEHUMASAN DALAM MENINGKATKAN CITRA TVRI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN INDONESIA. *Journal of Applied Business and Economics Volume 2 Nomor 1*, 33-48.
- Hariyanti dan Wirapraja. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal EKSEKUTIF Volume 15*, 133-146.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Lubis, Evawani Elysa. (2012). PERAN HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAH. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Volume 12, Nomor 1*, 51-60.
- Mukhtar. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Nova, Firsan. (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Pranabella, P. G., & Puspasari, D. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation 2(8)*, 1160-1178.
- Rahmawati, dkk. (2022). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENANGANI COMPLAIN CUSTOMER. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10 No. 2*, 451-459.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analysis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (1999). *MANAJEMEN HUMAS DAN MANAJEMEN KOMUNIKASI (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2008). *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS & MEDIA KOMUNIKASI: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemirat dan Ardianto. (2015). *DASAR-DASAR PUBLIC RELATIONS*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suwatno. (2018). *PENGANTAR PUBLIC RELATIONS KONTEMPORER*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Utomo dan Hidayat. (2020). Strategi Humas Museum Kehutanan Manggala Wanabakti Jakarta Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Museum. *Jurnal Public Relations-JPR, Volume 1 Nomor 2*, 139-144.
- Winarno, Slamet Heri. (2010). PENGEMBANGAN SOFT SKILL DAN HARD SKILL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN. *CAKRAWALA VOL. X. NO. 2*, 147-157.
- Wiwitan dan Yulianita. (2017). Strategi 'Marketing Public Relations' Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA. *MediaTor, Vol 10 (1)*, 1-10.
- Yulianita, Neni. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: P2U-LPPM UNISBA.
- Zaenal Mukarom & Wijaya Laksana. (2018). *MANAJEMEN PELAYANAN PUBLIK*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA.