

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT) adalah dana yang berasal dari penerimaan cukai hasil tembakau seperti rokok dan produk tembakau lainnya, berdasarkan UU Nomor 1 Tahun 2022 Pasal 114, sebanyak 3% dari total penerimaan cukai hasil tembakau nasional dibagikan dari APBN kepada daerah penghasil tembakau sebagai bentuk kontribusi negara meliputi provinsi yang bersangkutan sebesar 0,8%; kabupaten/kota penghasil sebesar 1,2%, kabupaten dan kota lainnya dalam provinsi yang bersangkutan sebesar 1%. Dana ini dimaksudkan untuk mendukung berbagai program prioritas daerah, yaitu di bidang kesehatan; penegakan hukum; dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Di Kabupaten Purwakarta, pemahaman masyarakat mengenai fungsi dan pemanfaatan dana dari DBHCHT masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari masih maraknya peredaran rokok ilegal di wilayah Purwakarta.

#### Gambar 1. 1. Data Pemusnahan BKC Ilegal KPPBC TMP A Purwakarta

(Periode Oktober 2023 s.d. Mei 2024)

**Pada tanggal 17 Desember 2024 KPPBC TMP A Purwakarta telah melaksanakan pemusnahan BKC ilegal dengan data berikut:**

| No.          | Jenis BHP      | Jumlah BHP       | Perkiraan Nilai Barang     |
|--------------|----------------|------------------|----------------------------|
| 1.           | Hasil Tembakau | 2.225.760 Batang | Rp 1.660.416.960,00        |
| 2.           | MMEA           | 649,4 Liter      | Rp 1.273.903.840,00        |
| <b>Total</b> |                |                  | <b>Rp 2.934.320.800,00</b> |

Sumber: Data Internal Bea Cukai Purwakarta

Data dari Kantor Bea Cukai Purwakarta menunjukkan bahwa pada 17 Desember 2024 telah dilakukan pemusnahan terhadap 2.225.760 batang rokok ilegal dan 1084 botol minuman keras tanpa pita cukai, dengan total nilai barang yang dimusnahkan senilai Rp.2.934.320.800 dan kerugian negara yang berhasil diselamatkan sebesar RP.1.614.070.760 (Firmansyah & Vellayati, 2024). fakta ini menunjukkan lemahnya pengawasan serta belum efektifnya strategi edukasi publik terkait bahaya dan dampak dari peredaran rokok ilegal.

### **Gambar 1.2. Dokumentasi Pemusnahan Barang Bukti Rokok Ilegal di Purwakarta**



Sumber: DetikJabar

Pemusnahan rokok ilegal ini merupakan implementasi dari kebijakan pemerintah dalam pengelolaan cukai dan tembakau. Maraknya peredaran rokok ilegal di Indonesia tidak hanya merugikan perekonomian nasional, tetapi juga secara signifikan menggerogoti efektivitas DBHCHT. Rokok ilegal yang beredar di pasaran tidak membayar kewajiban cukai kepada negara, sehingga secara langsung mengurangi penerimaan cukai nasional. Konsekuensinya, alokasi DBHCHT yang disalurkan ke daerah penghasil tembakau mengalami penyusutan yang tentunya

berdampak luas terhadap kemampuan daerah dalam mendanai program-program prioritas. Daerah tersebut tidak hanya kehilangan potensi pendapatan cukai, tetapi juga mengalami pemangkasan dana yang seharusnya dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur dan layanan kesehatan masyarakat.

Sementara itu, dari sisi implementasi, DBHCHT telah digunakan secara nyata oleh Pemerintah Kabupaten Purwakarta. melalui Dinas kesehatan, dana ini dimanfaatkan untuk membiayai iuran kepesertaan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) bagi 6.714 warga dari segmen Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU) dan Bukan Pekerja (BP) Kelas III, dengan iuran sebesar Rp.35.000 ditambah Rp.2.800 per orang. Hingga 1 november 2024, sebanyak 93.098 warga Purwakarta telah terdaftar sebagai peserta, dan capaian *Universal Health Coverage* (UHC) mencapai 98,05% (Aping, 2024).

Tak hanya sektor kesehatan, implementasi DBHCHT juga menysasar pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Salah satu contohnya adalah pelatihan olahan tape singkong yang diselenggarakan pada tanggal 21 November 2024 di Desa Gandasoli, Kecamatan Plered. Kegiatan ini diinisiasi oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Purwakarta sebagai bagian dari program pemanfaatan DBHCHT. Tujuannya adalah meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengolah bahan tradisional khas daerah menjadi produk kekinian yang bernilai ekonomi. Kegiatan ini diharapkan dapat membentuk masyarakat yang kreatif, mandiri, serta mampu mengembangkan usaha mikro dan mendorong daya saing daerah (Diskominfo Purwakarta, 2024).

Meskipun DBHCHT telah dimanfaatkan dalam berbagai sektor, masih terdapat kesenjangan antara implementasi program dan pemahaman masyarakat terhadap urgensi cukai. Salah satu faktor penyebabnya adalah belum optimalnya strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam menyosialisasikan program ini. Hal ini menjadi tantangan besar bagi fungsi kehumasan atau *Public Relations* institusi pemerintah untuk menyampaikan pesan strategis kepada masyarakat secara efektif.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas upaya komunikasi DBHCHT oleh Bea Cukai. Studi perbandingan pertama yang menjadi acuan adalah penelitian Novindra Satya Nugraha (2024) berjudul ***“Penerapan Kampanye Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau Public Relation Bea Cukai Yogyakarta Kepada Masyarakat”***. Penelitian tersebut mengidentifikasi bagaimana implementasi kampanye yang dilakukan oleh *Public Relation* Bea Cukai Yogyakarta kepada masyarakat menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif melalui 9 tahapan perencanaan kampanye milik Ronald D. Smith. Hasilnya mengungkapkan bahwa meskipun seluruh tahapan perencanaan kampanye telah dijalankan dengan seksama, namun capaian kampanye masih belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi.

Penelitian kedua oleh Enggy Primansyah (2021) berjudul ***“Strategi Humas Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai Sumatera Bagian Timur Dalam Mensosialisasikan Program ‘Gempur Rokok Ilegal’”*** menganalisis langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh Divisi Humas dalam mengedukasi masyarakat melalui sosialisasi Program Gempur Rokok Ilegal. Temuan penelitian

menunjukkan bahwa Humas Kantor Wilayah DJBC Sumatera Bagian Timur telah menginisiasi beragam upaya mulai dari operasi lapangan hingga kampanye media sosial. Namun, masih banyak anggota masyarakat yang tidak memahami cara membedakan ciri-ciri rokok ilegal dan rokok legal yang beredar dipasaran.

Kedua penelitian diatas menghadapi sejumlah keterbatasan yang mengindikasikan perlunya penelitian lanjutan. Pertama, penelitian yang dilakukan terlalu menitikberatkan pada perspektif internal bea dan cukai, sementara persepsi dan respon dari entitas eksternal yang menjadi sasaran sosialisasi seperti: masyarakat umum, pengusaha rokok, pengecer, dan pemangku kepentingan lainnya tidak dieksplorasi secara komprehensif. Kedua, proses pengumpulan data terkendala pembatasan akses karena kerahasiaan informasi dari bea dan cukai. Ketiga, lingkup evaluasi yang sempit, dimana penilaian hanya dilakukan sebatas aspek teknis implementasi tanpa mengukur sejauh mana pemahaman audiens terhadap substansi yang telah disampaikan. Kesenjangan-kesenjangan ini akhirnya menciptakan gambaran yang tidak utuh mengenai efektivitas program sosialisasi yang dijalankan.

Dalam penelitian ini ada beberapa aspek yang menjadi kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya. Perbedaan utama terletak pada kerangka teoritis yang dimanfaatkan sebagai instrumen analisis. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengaplikasikan teori Ronald D. Smith, penelitian ini menggunakan Teori *PR PENCILS* dari Philip Kotler, yang jarang diimplementasikan dalam kajian strategi *public relations*, khususnya sosialisasi program di lingkungan institusi pemerintah seperti Bea Cukai. Pendekatan PR PENCILS (Publications, Events, News,

Community Involvement, Identity Media, Lobbying, Social Investment) menawarkan perspektif komprehensif dalam menganalisis strategi komunikasi publik. Melalui kerangka ini, peneliti dapat mengidentifikasi secara lebih terstruktur berbagai elemen strategi yang diterapkan oleh Kantor Bea dan Cukai Purwakarta, serta menganalisis efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang DBHCHT.

Kebaruan lainnya terletak pada metodologi penelitian yang tidak hanya menggali implementasi strategi dari sudut pandang internal institusi, tetapi juga mengkaji persepsi dan respon dari penerima program sosialisasi. Melalui pendekatan studi kasus kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam dengan Kepala Seksi, staf pelaksana, dan berbagai pemangku kepentingan.

Pemilihan judul “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KANTOR BEA CUKAI PURWAKARTA DALAM PROGRAM DANA BAGI HASIL CUKAI HASIL TEMBAKAU (DBHCHT)” dan Kabupaten Purwakarta sebagai lokasi penelitian didasarkan beberapa pertimbangan strategis. Pertama, Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu daerah dengan tingkat peredaran rokok ilegal yang masih tinggi. Kedua, Kantor Bea dan Cukai Purwakarta telah mengimplementasikan berbagai inovasi dalam strategi sosialisasi DBHCHT, namun belum ada kajian komprehensif yang menganalisis efektivitas strategi tersebut menggunakan kerangka teoritis PR *PENCILS* dari Philip Kotler yang dielaborasi oleh Rachmat Kriyantono (2008). Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dan memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan strategi *public relations* dalam sosialisasi DBHCHT yang lebih efektif.

## **1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah**

### **1.2.1. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pernyataan diatas, penelitian ini berfokus pada analisis “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* KANTOR BEA CUKAI PURWAKARTA DALAM PROGRAM DANA BAGI HASIL CUKAI HASIL TEMBAKAU (DBHCHT)” serta faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan masyarakat serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

### **1.2.2. Pertanyaan Masalah**

1. Bagaimana strategi publikasi (*Publications*) yang diterapkan Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam menyebarkan informasi mengenai DBHCHT kepada masyarakat dan para pemangku kepentingan?
2. Jenis kegiatan (*Events*) apa saja yang diselenggarakan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam rangkaian program DBHCHT, dan sejauh mana efektivitas kegiatan tersebut dalam meningkatkan pemahaman masyarakat?
3. Bagaimana pengaruh pemberitaan media (*News*) mengenai DBHCHT terhadap pembentukan persepsi masyarakat dan para pemangku kepentingan terhadap program tersebut?
4. Bagaimana Kantor Bea Cukai Purwakarta mengintegrasikan peran komunitas lokal (*Community Involvement*) dalam program DBHCHT, dan apa dampaknya terhadap tingkat partisipasi masyarakat?

5. Media identitas (*Identity Media*) apa saja yang dimanfaatkan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam program DBHCHT, dan bagaimana pengaruhnya terhadap pembentukan citra program di mata publik?
6. Bagaimana pendekatan advokasi (*Lobbying*) yang diimplementasikan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan untuk program DBHCHT?
7. Apa bentuk investasi sosial (*Social Investment*) yang dilaksanakan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam konteks DBHCHT, dan bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis strategi publikasi (*Publications*) yang diimplementasikan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam menyebarluaskan informasi mengenai DBHCHT kepada masyarakat dan para pemangku kepentingan.
2. Mengidentifikasi ragam kegiatan (*Events*) yang diselenggarakan Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam rangkaian program DBHCHT kepada masyarakat serta mengukur efektivitas kegiatan tersebut dalam meningkatkan pemahaman masyarakat.
3. Meneliti dampak pemberitaan media (*News*) mengenai DBHCHT terhadap pembentukan persepsi masyarakat dan para pemangku kepentingan.
4. Menganalisis mekanisme pelibatan komunitas lokal (*Community Involvement*) yang diterapkan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam

sosialisasi DBHCHT serta implikasinya terhadap tingkat partisipasi masyarakat.

5. Mengidentifikasi berbagai media identitas (*Identity Media*) yang dimanfaatkan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam program DBHCHT serta evaluasi pengaruhnya terhadap pembentukan citra program di mata publik.
6. Menganalisis pendekatan advokasi (*Lobbying*) yang diterapkan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan untuk efektivitas program DBHCHT.
7. Mengidentifikasi bentuk-bentuk investasi sosial (*Social Investment*) yang diimplementasikan oleh Kantor Bea Cukai Purwakarta dalam konteks DBHCHT serta evaluasi kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.2.1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian strategi *Public Relations* dalam konteks program pemerintah. Temuan dari penelitian ini berpotensi memberikan perspektif baru mengenai implementasi konsep PR dalam penyebarluasan informasi program pemerintah serta mengidentifikasi unsur-unsur strategis yang mendukung keberhasilan komunikasi program pemerintah, sehingga dapat dijadikan rujukan untuk penelitian atau kajian berikutnya.

### **1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Kantor Bea Cukai Purwakarta beserta lembaga terkait lainnya sebagai dasar dalam menyusun strategi yang lebih tepat sasaran, terarah, dan komunikatif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan pemahaman serta keterlibatan masyarakat mengenai program DBHCHT.

### **1.3.2.3. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun akademisi yang menekuni bidang komunikasi strategis, khususnya terkait *Public Relations* sektor publik. Hasil temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar dalam perkuliahan serta menjadi contoh aplikatif yang menggambarkan penerapan teori komunikasi dengan praktik komunikasi pemerintah dalam menyampaikan program berbasis kebijakan publik.