

14 WAWANCARA

“BC MAKIN BAIK!
SEMANGAT BARU YANG
INGIN DIKEDEPANKAN”

39 TRAVEL NOTES

Kampung Cirendeu

59 SEJARAH

Peran Kapal Patroli Bea Cukai
“Pengawas Laut dan Mengemban
Tugas Nasional “



w a r t a bea cukai

Informasi Terpercaya Kepabeanaan dan Cukai



Humas Bea Cukai
Mengusung Semangat Perubahan





MEDIA CENTER BEA CUKAI



**OFFICIALLY
ANNOUNCED**

goo.gl/tvNEE7



Available on the
Google play

DARI REDAKSI

KAMI menantikan kontribusi aktif Anda untuk kemajuan Majalah WBC. Kritik dan saran yang membangun, serta kiriman materi berupa artikel dan foto selalu kami tunggu tiap bulannya. Demi menambah kenyamanan Anda dan redaksi dalam berkorespondensi, kami melakukan migrasi alamat e-mail yang sebelumnya ke *majalah_wbc@yahoo.com* menjadi ke *wartabeacukai@gmail.com*

Selamat membaca!

Deni Surjantoro
Pemimpin redaksi.

Majalah Warta Bea dan Cukai diterbitkan oleh Subdirektorat Komunikasi dan Publikasi Direktorat Kepabeanan Internasional dan Antar Lembaga, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai – Kementerian Keuangan Republik Indonesia

Redaksi menerima kiriman foto, artikel dan surat untuk keperluan konten majalah ini. Setiap pengiriman dialamatkan melalui surat elektronik ke majalah.wbc@customs.go.id dan wartabeacukai@gmail.com dengan disertai identitas lengkap pengirim dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Agar menuliskan nama kolom dalam subyek surat elektronik.

ALAMAT REDAKSI

Kantor Pusat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai
Jl. Jend. Ahmad Yani (By Pass) Jakarta Timur
Telp: (021) 478 60504, (021) 478 65608, (021) 489 0308 ext. 820-821-822
e-Mail : wartabeacukai@gmail.com dan majalah.wbc@customs.go.id

Follow: [@Warta_BeaCukai](https://twitter.com/Warta_BeaCukai) [f](https://facebook.com/WartaBeaCukai) WartaBeaCukai

DIREKTUR JENDERAL BEA DAN CUKAI
Heru Pambudi, S.E., LLM

PENASEHAT

SEKRETARIS DITJEN BEA DAN CUKAI
Drs. Kushari Suprianto, M.M., M.E

DIREKTUR TEKNIS KEPABEANAN
Oza Olavia, S.Si., Apt., M.Si.

DIREKTUR FASILITAS KEPABEANAN
Robi Toni, S.E., M.M.

DIREKTUR TEKNIS DAN FASILITAS CUKAI
Drs. Marisi Zainudin Sihotang, SH, M.M.

DIREKTUR KEBERATAN BANDING DAN PERATURAN
Ir. Rahmat Subagio, M.A.

DIREKTUR INFORMASI KEPABEANAN DAN CUKAI
Ir. B. Wijayanta Bakti Mukarta, M.A

DIREKTUR KEPATUHAN INTERNAL
Hendra Prasmono, S.H., M.IH

DIREKTUR AUDIT KEPABEANAN DAN CUKAI
Muhammad Sigit, Ak, MBA

DIREKTUR PENINDAKAN DAN PENYIDIKAN
Ir. Harry Mulya, M.Si

DIREKTUR PENERIMAAN DAN PERENCANAAN STRATEGIS
Sugeng Apriyanto, S.Sos., M.Si.

TENAGA PENGAJI BIDANG PELAYANAN DAN PENERIMAAN KEPABEANAN DAN CUKAI
Dwijo Muryono

TENAGA PENGAJI BIDANG PENGAWASAN DAN PENEGAKAN HUKUM KEPABEANAN DAN CUKAI
Dwi Teguh Wibowo, S.E.

TENAGA PENGAJI BIDANG PENGEMBANGAN KAPASITAS KINERJA ORGANISASI KEPABEANAN DAN CUKAI
M. Agus Rofiudin, S. Kom., M.M.

KEPALA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN BEA DAN CUKAI
Ir. Agus Hermawan, MA

PENGARAH DIREKTUR KEPABEANAN INTERNASIONAL DAN ANTAR LEMBAGA
DR. Robert Leonard Marbun, SIP, MPA

PEMIMPIN REDAKSI KASUBDIT KOMUNIKASI DAN PUBLIKASI
Deni Surjantoro

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI
Muchamad Ardani, Imam Sarjono, Sudiro, Devid Yohannis Muhammad

REDAKTUR
Isro'ah Laeli Rahmawati, Intania Riza Febrianti, Wahyuddin, Yella Meisha Indika, Dara Rahmania, Sumardian Wahyudiati, Muparrih, Jiwo Narendro P, Zulfaturrahmi

FOTOGRAFER
Abdur Razaq Aghni, Wahyu Valti Raja Monang, Deo Agung Sembada, Rahmad Pratomo Digdo, Dovan Wida Perwira, Irfan Nur Ilman

REPORTER
Piter Pasaribu, Aris Suryantini, Desi Andari Prawitasari, Supomo, Andi Tria Saputra, Kitty Hutabarat, Syahroni, Supriyadi Widjaya.

SEKRETARIAT
Indah Widaryati, Rudi Andrian

Daftar Isi Agustus 2016

■ Laporan Utama

- 6 Humas Bea Cukai Mengusung Semangat Perubahan



- 14 “BC MAKIN BAIK! SEMANGAT BARU YANG INGIN DIKEDEPANKAN”

Direktur KIAL: **Robert Leonard Marbun**

■ Opini

- 22 LAW INTELLIGENCE: SEBUAH EARLY WARNING SYSTEM BAGI PENCAPAIAN TUJUAN STRATEGIS DIREKTORAT JENDERAL BEA DAN CUKAI

oleh: Reza Alexandro W.D.

■ Profil Kantor

- 25 KPPBC Tipe Pratama Sumbawa Kantor Mungil Pendapatan Elite



■ Galeri Foto

- 20 Lanscape

■ Reportase

- 29 BEA CUKAI KEMBALI GAGALKAN UPAYA PENYELUNDUPAN IMPOR 55 TON BAWANG ILEGAL
- 30 BEA CUKAI HIBAHKAN PULUHAN RIBU KILO DAGING KE MASYARAKAT
- 31 Hibah Gula, Beras dan Ketan
Oleh Kanwil DJBC Kepri



- 32 Operasi Gerhana III Periode Pertama Hasilkan 25 Penindakan Bernilai 11 Milyar Rupiah

34 Kicauan



35 Bea Cukai Menjawab

■ Sisi Pegawai

36 Apa yang Kita Dapatkan Itu Cerminan Kita Sendiri
Kahlay Shelwy

38 Ruang Kesehatan

■ Travel Notes

39 Kampung Cirendeu



42 Infografis

■ ENGLISH PAGE

THE MAIN REPORT

64 Public Relations of Indonesian Customs Carrying The Spirit of Change

70 Interview:

Robert L. Marbun,

“A Better Customs and Excise, the New Spirit of DGCE”



44 Event

46 Berbagi Pengetahuan

■ Peraturan

47 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 94/PMK.04/2016 tentang Pemberitahuan Barang Kena Cukai yang Selesai Dibuat

■ Hobi dan Komunitas

48 Mudik Bareng Bea Cukai Melestarikan Tradisi Pulang Kampung

■ Feature

52 Petugas Hanggar Mengawasi Fasilitas Ekspor dan Impor

■ Kebijakan

57 Sinkronisasi dan Harmonisasi Peraturan Kepabeanan dan Cukai

■ Sejarah

59 Peran Kapal Patroli Bea Cukai “Pengawas Laut dan Mengemban Tugas Nasional “



OFFICE PROFILE

74 Customs Office of Sumbawa Tiny Office with Large Revenue

TRAVEL NOTES

78 Cirendeu Village

THE EMPLOYEE

81 Kahlay Shelwy,
You Get What You Give



Suasana siaran Kanal BC Radio

Humas Bea Cukai Mengusung Semangat Perubahan

Organisasi yang ideal adalah organisasi yang setiap unsur internalnya menyadari bahwa setiap anggota organisasi sesungguhnya merupakan humas bagi organisasinya. Dengan adanya kesadaran tersebut, maka setiap anggota organisasi akan konsisten menjalankan peran kehumasan, baik dengan menghindari perbuatan yang akan berdampak negatif bagi citra organisasi maupun dengan aktif mengkomunikasikan hal-hal yang sifatnya positif sehingga mampu membangun citra organisasi di mata pihak eksternal.

Seiring dengan kesadaran bahwa humas memegang peranan yang sangat penting dalam membangun citra organisasi, keberadaan humas di Bea Cukai dirasakan oleh jajaran pimpinan Bea Cukai sebagai suatu kebutuhan yang harus diprioritaskan. Hal ini dapat terlihat dari adanya berbagai macam pembenahan yang telah dilakukan di bidang kehumasan. Misalnya penambahan alokasi anggaran, pembenahan SDM, dan pembenahan struktur organisasi dari yang awalnya hanya berupa unit organisasi setingkat eselon IV (Seksi Hubungan Masyarakat dan Publikasi) sesuai dengan PMK-87/PMK.01/2008, kemudian ditingkatkan menjadi unit organisasi setingkat eselon III (Subdirektorat Hubungan Masyarakat dan Penyuluhan), dan akhirnya menjadi Subdirektorat Komunikasi dan Publikasi sesuai dengan PMK Nomor 234/PMK.01/2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan.

Tugas dan peran Humas di Bea Cukai berada pada Direktorat Kepabeanan Internasional dan Antar Lembaga. Tepatnya pada pasal 807 yang berbunyi:

Subdirektorat Komunikasi dan Publikasi terdiri atas:

- a. Seksi Strategi Komunikasi dan Opini Publik;
- b. Seksi Hubungan Masyarakat;
- c. Seksi Publikasi I; dan
- d. Seksi Publikasi II.

Humas yang sebelumnya di Subdit Humas dan Penyuluhan di Direktorat Penerimaan dan Peraturan Kepabeanan dan Cukai (PPKC), kini berada di bawah Direktorat Kepabeanan Internasional dan Antar Lembaga.

Keberadaan humas sangat dibutuhkan untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antar instansi pemerintah dengan *stakeholder*

dan masyarakat umum, dengan tujuan menyangkut tiga hal yaitu *maintenance*, reputasi, dan citra, menjadi jembatan komunikasi dan *mutual benefit relationship*. Tujuan Humas Bea Cukai dalam hal *maintenance* reputasi dan citra berhubungan erat dengan persepsi masyarakat terhadap Bea Cukai. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sehari-hari, Bea Cukai sangat rentan terhadap tuduhan negatif, baik dari sisi integritas dan profesionalismenya. Dengan demikian, Humas berada pada posisi harus mampu membangun reputasi dan citra Bea Cukai, bukan lagi dari nol tetapi dari yang selama ini negatif menjadi positif baik di mata *stakeholder* maupun masyarakat umum.

Tidak hanya membangun reputasi dan citra, Humas juga harus mampu menjembatani komunikasi, baik antar instansi pemerintah maupun dengan publik. Oleh karena itu, humas Bea Cukai juga ikut tergabung dan berperan aktif dalam organisasi kehumasan pemerintah, seperti Bakohumas guna mempermudah koordinasi antar instansi. Selain

itu, Humas Bea Cukai juga harus terus mempererat hubungan dengan *stakeholder* melalui pelaksanaan sosialisasi-sosialisasi kebijakan yang berkaitan dengan kepabeanan dan cukai. Untuk berkomunikasi dengan publik, Humas juga mendekati diri melalui media, baik melalui iklan, media sosial ataupun dengan menyediakan informasi mengenai perkembangan Bea Cukai terkini. Tidak hanya itu, Humas Bea Cukai juga menyediakan layanan informasi berupa Contact Center Bravo Bea Cukai 1500225 yang diperuntukkan bagi *stakeholder* ataupun masyarakat umum yang ingin menyampaikan keluhan dan pertanyaannya di bidang kepabeanan dan cukai.

Keberadaan humas harus mampu menjamin kepada publik bahwa Bea Cukai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dapat bertanggung jawab dan saling menguntungkan, baik bagi Bea Cukai maupun publik. Menguntungkan bagi publik maksudnya adalah publik dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi



Press Release menjadi media untuk menyampaikan informasi mengenai kinerja DJBC.

terkait Bea Cukai, termasuk pertanggungjawaban Bea Cukai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya secara transparan. Sedangkan menguntungkan bagi Bea Cukai maksudnya adalah dengan terpenuhinya tanggung jawab kepada *stakeholder* dan masyarakat umum, maka Bea Cukai juga akan menjadi institusi yang dipercaya oleh publik.

Mengarahkan Opini Publik

Jika dilihat dari tujuan-tujuan humas sebelumnya, maka dapat dikatakan Humas Bea Cukai berfungsi untuk mengetahui dan mengevaluasi opini-opini publik yang berkaitan dengan Bea Cukai, serta memanfaatkan komunikasi sebagai media untuk memberikan informasi yang sesuai dengan fakta, disampaikan dengan cara-cara yang baik dan benar untuk mengarahkan opini publik ke arah yang diharapkan.

Dalam menjalankan fungsi tersebut, Humas Bea Cukai didukung dengan berbagai kegiatan yang telah dilakukan. Mulai dari Analisis Media Massa untuk menentukan langkah strategi komunikasi ke publik, melaksanakan *press release*



Humas harus siap memberikan ide-ide kreatifnya setiap saat.

Deni Surjantoro
Kasubdit Komunikasi dan Publikasi

untuk menyampaikan capaian Bea Cukai kepada publik, menyediakan layanan informasi untuk mengatasi keluhan publik, melakukan diseminasi informasi terkait Bea Cukai, baik melalui *website* ataupun media sosial, hingga memfasilitasi pelaksanaan sosialisasi dan bimbingan kepada *stakeholder*

Seperti yang disampaikan oleh Kasubdit Komunikasi dan Publikasi, **Deni Surjantoro**, jika melihat *Key Performance*

Indikator (KPI), minimnya berita negatif yang muncul, lebih banyak memberitakan hal yang positif dan terbentuk persepsi publik terhadap institusi merupakan indikator keberhasilan tim humas di suatu institusi khususnya instansi pemerintah. Ini semua mesti dimulai dari humas yang juga harus siap memberikan ide-ide kreatifnya setiap saat.

Karenanya, upaya yang dilakukan humas untuk meraih hal itu, antara lain caranya dengan melihat opini publik, seperti tanggapan masyarakat terhadap institusi, bisa kepada *performance*-nya maupun perilakunya. Opini publik dipantau setiap hari oleh Seksi Strategi Komunikasi dan Opini Publik, baik berupa analisis berita media massa, dan analisis sosial media yang merupakan media *feedback*-nya masyarakat.

Dari analisis menyangkut performa dan kinerja Bea Cukai, selanjutnya hasil analisis tersebut di-*treatment*, misalnya, ada salah satu bagian di organisasi Bea Cukai yang dikeluhkan masyarakat. Dari hasil *treatment* tugas humas selanjutnya memberikan masukan kepada pimpinan bagian tersebut.

Tahap selanjutnya monitoring.

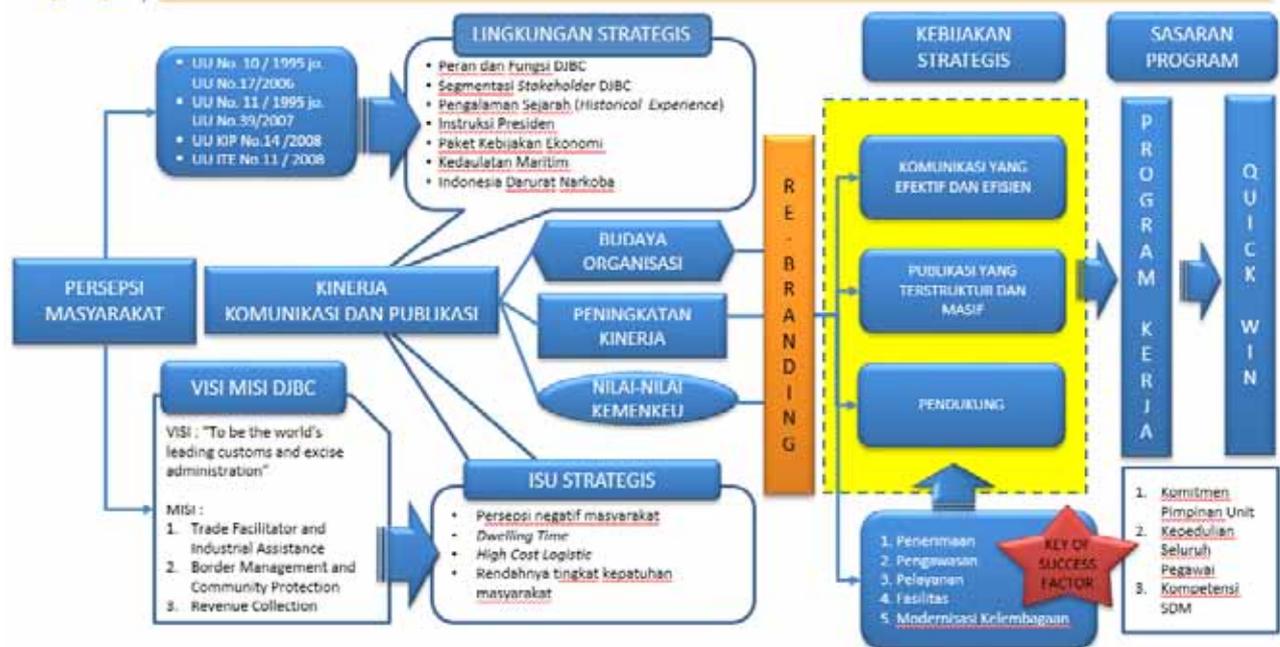


PILAR KOMUNIKASI DJBC





STRATEGI KOMUNIKASI DAN PUBLIKASI DJBC



Selain dilakukan oleh Direktorat Kepatuhan Internal, humas juga melakukan fungsi *monitoring* untuk mengetahui pembenahan yang telah dilakukan oleh bagian organisasi yang telah dianalisis tadi seperti apa? sehingga dari hasil *monitoring* bisa disampaikan kembali ke masyarakat, atau istilahnya bisa 'dijual' lagi kepada masyarakat. Hal ini tadi dilihat dari sisi opini publik.

"Ada juga dari sisi inisiatif kita, berarti kita 'jualan' apa yang kita punya, atau disebut dengan *marketing*, fungsi ini juga ada di humas. Kebetulan sekarang namanya bukan humas saja, tetapi Komunikasi dan Publikasi, sehingga fungsi marketingnya sangat kental di situ, komunikasi kita adalah komunikasi massa. Produk-produk seperti misalnya PLB, ISRM, dan lainnya kita disampaikan ke masyarakat, kita diseminasi melalui strategi komunikasi tujuannya supaya masyarakat tahu yang kita dikerjakan sehingga disitulah mereka tahu kinerja kita. Jadi upaya-upaya yang dilakukan humas ada dua, yaitu menjaring

opini publik dan marketing," urai Deni, yang berpendapat Humas Bea Cukai bisa dijadikan sebagai unit yang mampu berperan sebagai intelijen komunikasi dan unit *marketing* bagi institusi.

Strategi Kehumasan Bea Cukai

SDM yang berkualitas dan anggaran yang memadai tidak akan berarti banyak apabila tidak didukung oleh strategi yang tepat. Untuk itu, Humas telah merumuskan strategi kehumasan yang disebut 3 Pilar Komunikasi Bea Cukai. Penerapan strategi tersebut dilakukan melalui segmentasi objek kehumasan menjadi 3 segmen, yaitu *Direct Object*, *Indirect Object*, dan *General Object*, yang selanjutnya masing-masing segmen diberikan *treatment* yang berbeda-beda.

Direct object meliputi para pengguna jasa kepabeanan dan cukai yang sehari-hari berurusan dan berinteraksi dengan Bea Cukai, sehingga strategi yang diterapkan berupa kristalisasi interaksi yang sudah sangat baik selama ini.

Indirect Object meliputi pihak-

pihak yang tidak setiap saat berhubungan dengan Bea Cukai namun memiliki kepentingan terhadap Bea Cukai, sebut saja misalnya pihak media massa, para pengamat ekonomi, anggota parlemen, kalangan akademisi, dan lain-lain. Untuk segmen ini strategi yang diterapkan berupa penguatan *relationship* sehingga untuk setiap pertanyaan tentang peran dan fungsi Bea Cukai mereka akan segera klarifikasi dan tidak enggan untuk menghubungi langsung ke pihak Bea Cukai.

Objek yang terakhir adalah *General Object* yang memiliki presentase terbesar meliputi lebih dari 80% objek komunikasi Bea Cukai. Untuk segmen ini, strategi yang tepat untuk diterapkan adalah publikasi tugas, fungsi, dan prestasi Bea Cukai dikarenakan strategi ini memiliki jangkauan yang lebih luas, dengan tujuan untuk mengubah persepsi *general object* yang umumnya sudah memiliki *image* yang negatif tentang Bea Cukai (*image* turunan).

Agar Humas Bea Cukai dapat menjalankan fungsinya

dengan lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran, perlu strategi komunikasi dan publikasi yang tepat berorientasi pada pembentukan opini publik. Dalam pelaksanaannya perlu didukung oleh kemudahan akses kepada unsur pimpinan dan dukungan satuan kerja lain yang terlibat. Dari segi SDM, perlu juga didukung dengan kapasitas pegawai yang berkompeten di bidang kehumasan yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang memadai.

Mengenai strategi komunikasi yang dijalankan Humas Bea Cukai, Deni menjelaskan, strategi komunikasinya sangat variatif tergantung pada suatu permasalahan. Pada saat membicarakan penyelesaian yang sifatnya kasus (*opini public*), strategi komunikasinya harus *straight to the point*, harus langsung menuju ke kasus tersebut dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. “Sebaliknya kalau itu sifatnya bukan kasus tetapi lebih kepada sifat *marketing* kita tinggal lihat bahwa produk ini sasarannya siapa saja? Jika sudah ditemukan sasarannya tinggal merumuskan pemilihan mediana.”

Lebih lanjut Deni menjelaskan, pemilihan media dilakukan karena sasaran media sangat beragam dan *segmented*. Jika berbicara tentang masalah kebijakan maka tidak bisa memilih media massa yang tidak pernah membahas masalah kebijakan, tetapi harus dipilih media yang menyediakan ruang untuk menyampaikan suatu kebijakan. Sebaliknya jika kebetulan sasaran materi humas adalah anak muda, misalnya menyangkut perilaku, maka akan dipilih media yang menasar ke segmen anak muda dan itu akan terjadwal dikarenakan sifatnya yang *marketing*. “Tetapi kalau penyelesaian yang sifatnya kasus, tidak ada jadwal rutinnya. Ada kasus segera kita padamkan, jadi



Agar mudah dipahami dan diingat pemasangan tagline salah satunya ditempel di mobil jemputan pegawai.

sifatnya insidental.”

Rebranding, Bea Cukai Luncurkan Semangat Baru

Dunia kehumasan atau *public relations* akan selalu bergerak dinamis seiring perubahan di tengah masyarakat. Perubahan yang terjadi baik dalam skala kecil maupun skala besar harus menjadi perhatian seluruh praktisi kehumasan agar peran humas kian kontekstual namun tetap profesional. Profesionalitas dalam kehumasan menjadi kunci utama dalam menjalankan tugas, untuk itu diperlukan standar kompetensi bagi siapapun yang ditugaskan pada posisi tersebut. Upaya penyampaian pesan yang dilakukan, sudah menunjukkan bahwa humas pemerintahan sudah menjalankan tugas dan fungsinya secara profesional.

Deni mengungkapkan,

pejabat humas harus mampu mengendalikan pemberitaan, mengarahkan pemberitaan, dan terlibat dalam setiap pengambilan kebijakan manajemen. Di era keterbukaan informasi, dimana publik semakin kritis terhadap pemberitaan, pejabat humas dituntut berani memberikan informasi yang jelas dan sesuai fakta dengan cara yang baik dan benar agar dapat diterima publik.

“Lebih jauh lagi, sudah saatnya humas menjadi juru bicara instansi yang membangun opini yang baik di mata publik. Secara keseluruhan, Humas Bea Cukai telah melaksanakan sebagian besar peran tersebut, namun dalam pelaksanaan perannya masih terdapat keterbatasan wewenang,” ujar Deni.

Humas pemerintah, baik di pusat maupun di daerah memiliki peran penting dalam setiap



kebijakan pemerintah, karena itu jajaran humas pemerintah, baik pusat maupun daerah harus bersinergi menggelorakan semangat perubahan, serta menciptakan *rebranding* bahwa birokrasi sudah berubah.

Seperti yang saat ini dilakukan oleh Humas Bea Cukai dengan melakukan *rebranding*. Dengan *rebranding*, selain bermakna upaya mengaktualkan visi dan misi Bea Cukai juga bertujuan untuk membentuk persepsi dikalangan pegawai Bea Cukai bahwa semua harus bekerja dengan paradigma baru dan semangat baru.

“Kita ingin Bea Cukai sesuai dengan visi dan misi menjadi institusi kepabeanan terpercaya, terkemuka, dan meraih kepercayaan masyarakat. Kami ingin masyarakat *trust* terhadap institusi ini. Kalau masyarakat



sudah percaya kepada Bea cukai tentunya masyarakat juga ikut memiliki,” lanjut Deni.

“Karena itu salah satu yang kami lakukan adalah mengaktualkan kembali misi dan visi Bea Cukai yang digambarkan dalam bentuk *tagline*, sebagai ekspresi atau sebuah ide yang mudah diingat, biasa disebut jargon atau slogan. Dengan jargon, **Bea Cukai Makin Baik**, kami ingin masuk ke *mindset*-nya masyarakat dan pegawai supaya terbawa terus ke dalam perilaku hingga tercapai tujuannya. Dalam menyusun *tagline* cukup dengan kata yang singkat sehingga masyarakat paham, langsung tahu, dan bisa terekam,” imbuh Deni.

“Jargon yang kita pilih pendek saja, yaitu **Bea Cukai Makin Baik**, mengandung artian proses yang tidak pernah berhenti dan dinamis sehingga pilihan kata itu mengandung arti yang luas. Pernah tercetus ingin membuat *tagline* BC Lebih Baik, tapi lebih baik itu sudah final sudah berhenti dan tidak berproses. Dan BC tidak punya rival karena adanya kata “lebih baik”. Kalau lebih artinya punya rival. *Nah* dari pemikiran itu, dipilahlah kata-kata yang

bisa merekam proses dan sifatnya dinamis, proses yang tidak pernah berhenti, terus melakukan perbaikan. Setelah melalui tahapan seleksi, terpilihah slogan atau jargon **Bea Cukai Makin Baik**,” imbuh Deni lagi.

Tentunya melalui *rebranding* akan membawa semangat perubahan, karena itu perlu sinergi dengan seluruh unsur termasuk di daerah, mengenai hal itu Deni menjelaskan, Subdit Komunikasi dan Publikasi, perpanjangan tangan sampai ke daerah berada di Bidang Penyuluhan dan Layanan Informasi. Terkait *tagline* ini, akan dilakukan diseminasi *tagline* **Bea Cukai Makin Baik** ke daerah, baik berupa Surat Edaran ke Kanwil-Kanwil Bea Cukai untuk diteruskan ke Kantor-kantor di bawahnya. Diseminasi *tagline* juga dilakukan secara massif melalui sosial media dan website internal. Media sosial dijadikan salah satu pilihan karena dianggap efektif dan hasilnya memuaskan karena media sosial dipandang sebagai alat yang lebih dekat dengan pengguna jasa dan masyarakat umum.

Selain membuat *tagline*, pembentukan Kanal Radio dan



Suasana di dalam media analyzing room.

TV juga menjadi proyek *quick win* Subdit ini. Dalam jangka waktu pendek akan segera terwujud dan telah dijadwalkan untuk waktu *launching*-nya. Pembentukan Kanal Radio dan TV dimaksudkan sebagai pilihan media Bea Cukai yang efektif, efisien, dan ekonomis. “Dengan kita membuat *radio streaming* kita bisa *in house* mengelola sendiri makanya disebut efisiennya karena lebih murah, efektifnya semua orang saat ini main internet sehingga tidak butuh frekuensi, lebih praktis di mana saja, dengan aplikasi android. Begitu juga dengan dengan BC TV juga akan seperti ini. Saat ini yang sudah bisa live radionya, sedangkan untuk BC TV penanyangan acaranya masih dengan *taping* atau rekaman,” ungkap Deni.

Untuk pengisian materi siaran, baik Kanal Radio dan TV, sama saja seperti selama ini mengkoordinasi Website dan WBC dan yang lainnya, di kedua sarana komunikasi *streaming* ini ada produser yang akan merancang dan membuat program acara sesuai dengan genrenya

yang formal tanpa meninggalkan unsur nge-pop. “Kita tetap mengedepankan unsur formal karena tetap sebagai institusi pemerintah. Menampilkan unsur pop-nya supaya tidak berat-berat, terlalu serius sekali, sehingga pesannya bisa tersampaikan. Untuk durasi siarnya dari pagi sampai sore,” ujar Deni yang berharap dari kedua media ini bisa dijadikan pilihan alternatif lain dari yang sudah ada sebelumnya. Jika orang tidak sempat membaca berita

di website maupun WBC, bisa mendengarkan radio dan tv.

Sejauh ini, penyampaian pesan-pesan telah dilakukan dengan cukup massif, baik melalui pemasangan iklan DJBC, kerjasama program *reality show*, distribusi Warta Bea Cukai ke pihak internal dan eksternal, dan diseminasi berbagai kegiatan DJBC melalui media sosial dan *website* Bea Cukai.

Selain pembentukan Kanal Radio dan TV yang menjadi proyek *quick win* Humas Bea



QUICK WIN

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

COMMUNICATION INTELIIGENCE

PUBLIC OPINION BUILDING

SPOKES PERSON STRENGTHENING

1. Pembentukan *Dedicated Cyber Team*
2. *Social Media Monitoring and Analysis*
3. Pembentukan *Analyzing Room*
4. Penyempurnaan *Website DJBC*
5. Pembentukan Kanal BC Radio
6. Penyusunan segmentasi database NIK
7. Penetapan *tagline* DJBC
8. Penetapan *jingle* untuk *Contact Centre 1500225*
9. Penetapan *branding* kendaraan jemputan pegawai untuk publikasi *tagline*
10. Pemutakhiran *Corporate ID (Videoclip Mars Bea Cukai)*
11. Penetapan juru bicara (*spokes person*) dan *leveling*

Cukai, berikut ini beberapa proyek lainnya yang sudah terbentuk dan masih dikerjakan oleh tim dari Humas, meliputi:

Menurut Deni, *re-Branding* DJBC mengedepankan 4 unsur yang tidak terlepas dari tugas dan fungsi DJBC, meliputi *services, facilitation, community protection* dan *revenue*. Dengan demikian, pesan yang disampaikan kepada publik akan berfokus pada layanan yang cepat dan transparan, kemudian *stakeholder* untuk memperoleh fasilitas, serta tugas Bea Cukai dalam melindungi masyarakat dari barang-barang ilegal. Di samping itu, dalam mengedepankan fungsi Bea Cukai dalam mengoptimalkan penerimaan negara, Bea Cukai juga berperan mendorong terciptanya keadilan bagi perindustrian dan perekonomian negara.

Untuk itu, dibutuhkan juga kemauan yang kuat dari seluruh unit di lingkungan Bea Cukai,

karena *rebranding* tidak bisa hanya dilakukan oleh Subdit Komunikasi dan Publikasi saja untuk merubah perspektif negatif masyarakat yang selama ini melekat dalam diri Bea Cukai menjadi reputasi dan citra yang positif untuk menuju Bea Cukai yang makin baik.

“Dengan adanya *rebranding* ini, kami berharap dari masyarakat umum bisa memahami. Kami ingin ada *awareness*, kepedulian dari masyarakat terhadap institusi ini. Kalau sudah *aware*, target selanjutnya adanya advokasi yang menimbulkan rasa memiliki supaya publik juga merasa memiliki institusi ini. Institusi ini adalah milik rakyat, kalau sudah menjadi miliknya apapun program-program yang dijalankan kami berharap bisa berjalan dengan lancar, karena dibantu masyarakat. Itu sebenarnya target besar dari bidang kami. Kalau citra semakin baik,

akhirnya publik akan *aware*,” ujarnya. Deni berharap dengan adanya *rebranding* bisa merubah perspektif negatif masyarakat yang selama ini melekat dalam diri Bea Cukai menjadi reputasi dan citra yang positif untuk menuju Bea Cukai yang makin baik.

Kedepannya, Humas DJBC diharapkan dapat terus berkembang dan semakin baik sehingga dapat melakukan komunikasi yang lebih efektif dan efisien, serta memberikan diseminasi informasi yang lebih terstruktur dan massif kepada publik sehingga pada akhirnya akan mengangkat citra dan reputasi Bea Cukai lebih baik lagi sebagai *brand new institution*. Selain itu, keberadaan Humas tidak hanya sebagai fungsi pendukung (*supporting*) tetapi juga harus dapat menjadi penggerak instansi untuk mencapai tujuannya.

(ariessuryantini)



Suasana di dalam *post production room*.



BC Makin Baik! Semangat Baru yang Ingin Dikedepankan

Robert Leonard Marbun, Direktur KIAL

Branding adalah salah satu hal penting dalam sebuah bisnis. Branding dibangun tidak dalam jangka waktu yang singkat. Branding dapat diartikan sebagai sebuah nama yang mewakili produk secara keseluruhan. Baik produk itu sendiri, jasa yang diberikan produk tersebut, perusahaan yang memproduksi, dan hal-hal terkait lainnya. Oleh karena itu, persaingan merek atau *brand* saat ini begitu dominan. Merek dianggap sebagai aset perusahaan atau instansi yang paling berharga, tidak sedikit instansi yang melakukan *rebranding* agar mengubah citranya dengan sukses. Oleh karena itu, banyak instansi mempertimbangkan untuk *rebranding* setelah beberapa lama.

Hal ini pun diwujudkan oleh Humas Bea Cukai dengan melakukan *rebranding*. Dengan *rebranding* ini, selain bermakna upaya mengaktualkan visi dan misi Bea Cukai juga bertujuan untuk membentuk persepsi di kalangan pegawai Bea Cukai bahwa semua harus

bekerja dengan paradigma dan semangat baru. Lalu apa yang melatarbelakangi dilakukannya *rebranding* di Bea Cukai dan bagaimana proses *rebranding* ini berjalan? WBC berkesempatan mewawancarai Direktur Kepabeanan Internasional dan Antar Lembaga (KIAL) DJBC, **Robert Leonard Marbun**. Berikut hasil wawancaranya.

Saat ini Humas Bea Cukai sedang melakukan *rebranding*, bisa Bapak jelaskan apa yang melatarbelakangi hal itu dan bagaimana proses itu berjalan?

Kita melihat bahwa ada persepsi di masyarakat yang masih belum sampai pada taraf yang kami inginkan. Menurut kami Bea Cukai saat ini sudah menjadi *to be the world leading customs and excise* tetapi setelah kami cek tanggapan dan persepsi masyarakat masih belum sampai di situ. Masyarakat masih cenderung menilai dari sisi negatifnya, yang masyarakat baca dari Bea Cukai adalah berita negatifnya.

Dari hal itu kami berpikir harus ada upaya untuk menyusun sesuatu dalam rangka

memutarbalikkan persepsi negatif tadi, makanya kami melakukan *rebranding*. Apapun hasil *rebranding* itu tidak boleh keluar dari visi misi organisasi, karena dengan melakukan *rebranding* kita aktualkan visi dan misi Bea Cukai dan bentuk persepsi pegawai untuk bekerja dengan paradigma dan semangat baru.

Bisa Bapak jelaskan unsur-unsur apa saja yang dilakukan dalam *rebranding*?

Rebranding Bea Cukai mengedepankan 4 unsur yang tidak terlepas dari tugas dan fungsi Bea Cukai, meliputi *services, facilitation, community protection*, dan *revenue*. Artinya ada 4 program yang bisa kita jual, karena empat hal tadi adalah program unggulan yang tidak terlepas dari visi dan misi Bea Cukai dan akan kami sampaikan kepada masyarakat.

Kami belajar dari Maskapai Penerbangan Nasional Garuda, mereka menawarkan ketepatan waktu, *inflight service* yang bagus dan *inflight entertainment*. Ketika orang bicara Garuda maka orang langsung mempersepsikan Garuda pesawatnya tepat waktu, servisnya baik, *website*-nya juga bagus. Hal itu juga merupakan hasil *rebranding* di tubuh Maskapai Garuda. Begitu juga Bea Cukai yang sedang melakukan *rebranding*, jika di fungsi pelayanan orang minta *just in time and transparent*, tidak perlu terlalu cepat yang penting tepat waktu dan transparan sesuai dengan komitmen, kemudian di fungsi

facilitation, minta yang *easy acces*, bukan pembebasannya yang banyak tetapi akses yang mudah. Sedangkan di *Community Protection*, *people know our work*, tidak perlu orang tahu bagaimana kita bekerja, yang penting mereka tahu kerja kita, berupa hasil tegahan yang melanggar aturan kepabeanan dan larangan pembatasan. Untuk *revenue*, orang maunya yang penting Bea Cukai optimum dan *fair*.

Nah empat inilah yang mau kita *rebranding* dan ini jadi target, supaya jika orang mendengar kata Bea Cukai, akan mengerti bahwa bea cukai *just in time and transparent, easy acces*, melindungi masyarakat dari masuknya narkoba dan barang ilegal lainnya, serta memiliki target penerimaan yang *optimum* dan *fair*. Dengan demikian, pesan yang disampaikan kepada publik akan berfokus pada layanan yang cepat dan transparan, kemudian *stakeholder* untuk memperoleh fasilitas, serta tugas Bea Cukai dalam melindungi masyarakat dari barang-barang ilegal. Di samping itu, dalam mengedepankan fungsi Bea Cukai dalam mengoptimalkan penerimaan negara, Bea Cukai juga berperan mendorong terciptanya keadilan bagi perindustrian dan perekonomian negara.

Hal seperti ini sudah berjalan, dan Pak Dirjen sudah memberikan apresiasi ke kami atas upaya yang kami lakukan, dari yang Pak Dirjen temui ternyata masyarakat di pelosok sudah mulai mengerti tentang Bea Cukai. Artinya informasi yang kami berikan *massif*, hasilnya sudah mulai terlihat, dan untuk mengukurnya sebenarnya cukup



gampang, yaitu masyarakat tahu atau tidak tentang Bea Cukai.

Dalam pelaksanaan *rebranding*, siapa saja yang menjadi sasarannya?

Setelah kami telusuri, ternyata di lingkungan ini ada dua generasi, yaitu Generasi X dan Generasi Y. Generasi X adalah generasi yang usianya lebih tua dari dari Generasi Y. Lantas kita cek dan analisis yang hasilnya kita sepakat, bahwa sasaran dari *rebranding* ini adalah Generasi Y, yaitu generasi sekarang yang belum menentukan posisi dan generasi yang cerdas, juga sangat komunikatif.

Pertanyaannya, mengapa kita pilih Generasi Y? Sebab mereka adalah investasi, karena saat ini mereka hidup di usia 20-an tahun, itu untuk investasi selama 30 tahun. Mereka ini memiliki kekuatan yang sangat luar biasa, jadi pada saat kita bisa mempengaruhi mereka, mereka akan bermain di media sosial cepat sekali dan kalau diamati generasi yang inilah yang banyak berbicara di sosial media yang bisa membentuk *image* kita.

Setelah menentukan sasaran, kemudian kita perlu menentukan metode apa yang digunakan? Pasti kami memilih media yang efektif untuk hal ini, antara lain lewat media sosial, kemudian untuk generasi yang ini informasi harus disampaikan terstruktur dan massif, jadi tidak bisa tanggung. Jadi khusus untuk Gen Y, kita tidak bisa memberikan informasinya yang hanya sesekali, tapi harus massif, terus menerus dan ada sarana pendukung yang lain.

Bagaimana pula dengan metode pendekatannya? Kami memilih metode *Stakeholder Engagement*. Jadi kita membangun ikatan emosional dengan *stakeholder*. Saat ini sedang kami kerjakan. Kami minta pendapat mereka tentang Bea Cukai, tidak



Tampak depan Gedung Kalimantan Kantor Pusat DJBC.

apa-apa kita dicaci maki, justru cacian itu menjadi masukan buat kami.

Sebagai contoh pada saat pertemuan dengan *stakeholder* beberapa waktu lalu saya tanyakan apakah Anda sudah melihat *website* kami, bagaimana pendapat Anda? Pendapat dan keluhan masuk ke telinga kami, ada yang begini dan begitu, hampir kesemuanya negatif. Lantas kami tanya lagi, kapan Anda lihat *website* kami? Kebanyakan menjawab sudah beberapa waktu silam, karena alasan malas melihat tampilan *website* Bea Cukai. Kemudian kami persilahkan melihat *website* paling terkini saat itu juga, responnya luar biasa, memberikan apresiasi yang positif terhadap sajian *website* yang sudah diperbarui.

Jadi dengan pendekatan *stakeholder engagement* kita harus

tahu apa saja yang mereka mau. Semua arah kita buat humanis. Coba perhatikan, *website* sekarang juga lebih humanis, ada poster seorang anak, dan dari hasil jajak pendapat ternyata membuat terenyuh, karena poster seorang anak yang menyambut bapaknya turun dari kapal patroli. Kalau selama ini gambarnya Kantor Pusat, bukannya tidak bagus, tetapi yang dibutuhkan saat ini yang humanis. *Website* itu dua arah, internal dan eksternal, *nah* teman-teman yang di daerah juga merasa diperhatikan.

Tetapi satu yang perlu digarisbawahi bahwa kami tidak pernah mengatakan yang lama itu jelek, karena saat ini konsepnya dari pimpinan beda, dan ada yang khusus ditugaskan untuk hal itu. Kami sangat apresiasi untuk pendahulu kita yang telah meletakkan dasar. Bahkan itu

lebih luar biasa, dan kita tinggalkan melanjutkan.

Sejauh mana keterlibatan Direktorat yang Lain ?

Mengenai hal itu, kami telah sampaikan kepada Bapak Ibu Eselon II dan Bapak Dirjen bahwa Humas itu kerjanya di ujung. Jadi kalau semua dari hulunya tidak memperbaiki, saya katakan apapun yang akan kita jual tidak akan pernah berhasil. Makanya untuk menjual ini, hulunya juga harus memperbaiki. Maka itu nanti kami bersama Direktorat terkait dan Direktorat Kepatuhan Internal akan menganalisis, misalnya dari segi fasilitas, apakah ijin dan aksesnya sudah benar? Sebab ini harus kita terjemahkan bagaimana mengenai ijin akses, sehingga urusan fasilitas bukan hanya menjadi urusan Direktur Fasilitas, tapi semuanya juga ikut terlibat. Kami sekarang sedang mengerjakan semacam video tutorial mengenai ijin akses supaya orang bisa mengunduh dari internet. Di waktu yang akan datang *website* akan makin dikuatkan lagi bukan saja dari segi tampilan tetapi juga rancang bangun dan materinya sehingga lebih interaktif, ini coba kita rubah termasuk strateginya.

Saat ini orang cenderung lebih senang menyampaikan permasalahannya ke *contact center*, dari ini kita bisa belajar, bahwa yang lebih bagus sebenarnya berkomunikasi dalam bentuk tulisan. Karena kalau menyampaikannya lewat telepon biasanya sudah dalam kondisi emosi. Ini akan mulai dirubah kebiasaannya, kita buat supaya mereka lebih senang menyampaikan permasalahannya melalui tulisan, jika ada pertanyaan disediakan video tutorialnya untuk mengunduh. Setelah mengunduh pasti setelah itu jika ada pertanyaan lagi bisa lewat Twitter, nanti dia ketik permasalahannya. Paling

tidak dengan mengetik sudah mengurangi bahkan hilang amarah dan emosinya akibat permasalahan tadi. Makanya nanti ada *cyber team* di bawah kendali Kasubdit Komunikasi dan Publikasi. Hal ini penting karena memang ada pihak yang menggunakan media sosial, terutama generasi Y. Di samping ada kelebihanannya, media sosial juga memiliki kerawanan, misalnya jika sebuah opini negatif terlanjur menyebar apalagi orang tersebut memiliki *follower* misalnya 2,5 juta orang, bayangkan kalau dia komentar jelek tentang Bea Cukai, maka 2,5 juta *follower*-nya akan beropini jelek tentang Bea Cukai, sebaliknya kalau dia bilang Bea Cukai bagus maka 2,5 juta *follower* akan bilang bagus. Makanya kita buat *cyber team* untuk menangani ini.

Bagaimana mengenai tagline yang baru ini?

Saya belajar *tagline* dari Pak Deni (Kasubdit Komunikasi dan Publikasi.red), kata Pak Deni *tagline* itu harus yang singkat, kelihatan ada ambisiusnya tapi juga jangan terlalu sombong, makanya kemarin kita propose *tagline*, dan kelihatannya nama *tagline* **Makin Baik** yang cocok dan dipilih. Lantas pertanyaannya kenapa dipilih **Makin Baik**? Karena mengandung *leading agency* (lembaga yang terdepan.red), berarti paling baik.

Dengan *tagline* **Makin Baik**, ada dua hal yang akan kita sampaikan, pertama Bea Cukai makin baik ada satu janji bahwa Bea Cukai akan makin baik. Kedua, dengan *tagline* **Makin Baik**, pasti orang akan menilai benar tidak Bea Cukai akan makin baik? Dan ini akan mengundang datangnya opini. Dikarenakan pendekatan kita adalah *stakeholder engagement*, pasti akan keluar komentar dan itu merupakan ilmu buat kita untuk terus makin

baik. Kita buat seperti ini lebih menantang. Kalau Bea Cukai Makin Baik, hari ini baik, besok ganti jam kerja kita harus lebih baik lagi. Berarti tiap hari ada penyempurnaan, harus ada inovasi.

Dengan *tagline* makin baik saya mengajak teman-teman untuk berkomitmen makin baik karena masyarakat menilai kita. Kita akan adakan publikasi lebih massif. Sekarang bisa dilihat bis jemputan pegawai juga dipasang *tagline* dan gambar, yang rencananya gambar akan dibuat dalam beberapa versi. Ini salah satu alat kita untuk mempromosikan *tagline* baru kita. Untuk armada yang dipasang *tagline*nya, baik bus maupun minibus juga diharuskan untuk menjadi contoh baik di jalan raya, tidak menerobos rambu lalu lintas dan tidak ugal-ugalan, makanya kami juga telah berkoordinasi dengan Sekretariat yang membawahi urusan armada jemputan, untuk mengingatkan para sopir membawa kendaraan dengan santun, patuh aturan lalu lintas.

Selain media tadi apakah ada media audio visual lain yang digunakan untuk publikasi?

Kami sudah siapkan Kanal TV dan Kanal Radio. Untuk Kanal Radio saat ini sudah bisa siaran secara *live*. Kami juga rencananya akan membuat *videotron* yang rencananya akan dipasang di Gedung Kalimantan, sehingga apabila lalu lintas, baik di atas tol maupun jalan raya di depan Kantor Pusat macet bisa menyaksikan tayangan dari *videotron*.

Untuk kedepannya, rencana membuat ruang publik di Gedung Sulawesi. Kalau sebelumnya ada *Customs Goes to Campus*, sekarang kita buat *Campus Visit Customs*. Rencananya di ruang publik juga akan ada ruang perpustakaan dan ruang sinema. Untuk berkunjungnya juga bisa dibuat



Ruang siar Kanal BC TV

berdasarkan paket. Misalnya Paket A kunjungan dari kampus ke Kantor Pusat dan ke tempat anjing pelacak, kemudian untuk Paket B ada kunjungan ke Kantor Pusat, ke anjing pelacak bersama *tour guide*-nya, pemutaran film tentang Bea Cukai. Jika memungkinkan setiap kunjungan ke Kantor Pusat bisa diterima oleh Pejabat Eselon II atau Dirjen langsung, dan jika memungkinkan untuk bersapa dengan para pengunjung. Selain itu rencananya kami akan menyiapkan sebuah ruangan sebagai tempat untuk bertemu dengan wartawan atau melakukan wawancara yang ruangnya menyerupai museum, berinovasi sedikit supaya tidak terlalu formal pertemuan dengan wartawan (*press release*) yang biasanya dilaksanakan di media center. Kira-kira gambarannya seperti itu.

Apa harapan Bapak dengan dilaksanakannya *rebranding*?

Semua yang kami lakukan seperti yang telah dijelaskan tadi, tujuan untuk *rebranding*. Melalui tagline **Makin Baik** kami ingin mengajak semua unsur untuk bekerja sama supaya semua yang ingin dicapai dapat terwujud sehingga bisa menjalankan fungsinya lebih efektif dan tepat

asaran. Kami di Humas punya *tagline* sendiri, kalau ada istilah *thinking out of the box*, maka kami di Humas ada tagline tersendiri yaitu *thinking without the box*. Setiap menit, bahkan detik, dunia berubah, semuanya serba relatif maka itu berpikir dan berkreatifitaslah sebebas-bebasnya jangan terbelenggu dengan *mainstream* (kebiasaan yang sudah umum.red), yang paling penting karya itu bermanfaat. Pergunakanlah kreativitas dengan menghasilkan karya yang tercipta dari hasil proses kreatif tadi untuk menebar kebaikan. Artinya kami tidak membatasi kreatifitas, tidak ada sekat atau kotak, teruslah berkreasikan selama itu membawa kebaikan dan kemajuan.

Bagaimana kesan Bapak terlibat dalam kegiatan yang mungkin ini merupakan satu hal yang baru bagi Bapak?

Saya pribadi sangat terkesan bisa ikut terlibat mengurus ini, banyak tantangan yang dirasakan dan sesuatu yang baru buat saya karena selama ini saya lebih ke bidang ekonomi, tetapi setelah saya geluti ternyata sangat luar biasa, setiap hari dinamikanya berbeda tidak pernah sama. Terima kasih juga kepada Pak

Dirjen karena personil yang diberikan di Direktorat KIAL bagus-bagus, mulai dari pejabat sampai pelaksananya. Tugas saya tinggal memberi gambaran besarnya. Yang jelas, kami tidak bisa bekerja sendiri karena posisi kami berada di ujung, untuk itu perlu dukungan dan kerjasama semua eselon II, baik di Pusat maupun Kanwil di daerah, dan semua Kepala Kantor karena yang kami jual adalah seluruh hasil kerja teman-teman.

Kira-kira itulah kesan saya di bidang ini, seperti dapat “mainan baru” dan menarik buat saya. Setiap permasalahan yang datang tidak pernah sama setiap hari. Saya pun mulai menyadari ternyata pekerjaan media cukup menantang, setiap hari berkomunikasi dengan wartawan, berhadapan dengan orang yang unik tabiat dan wataknya. Ada yang kalau mengirimkan SMS nadanya agak mengancam tetapi setelah bertemu sikapnya baik sekali, artinya semua ini penuh dinamika. Dan saya menyadari ternyata kekuatan media yang luar biasa dan dapat mempengaruhi massa dan gerakannya sangat cepat hanya dengan melalui sebuah tulisan.

(Ariessuryantini)

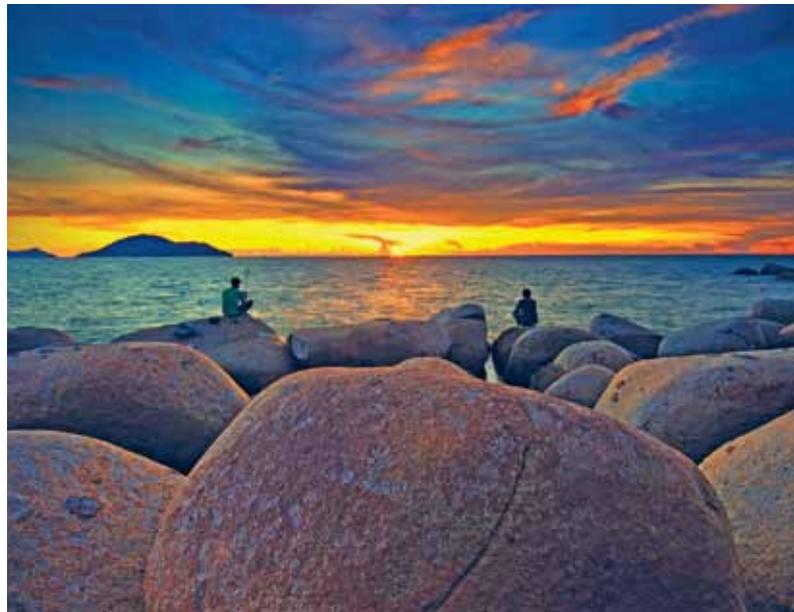
GALERI FOTO



Landscape

Singkawang adalah sebuah kota yang terletak di provinsi Kalimantan Barat. Nama Singkawang berasal dari bahasa Hakka, San khew jong, yang mengacu pada sebuah kota di bukit dekat laut dan estuari. Kondisi geografis kota Singkawang yang berbatasan langsung dengan Laut Natuna maka tidak heran menjadikan Kota Singkawang sebagai salah satu destinasi wajib yang sangat sayang dilewatkan bagi *landscape photographer*.

FOTO DAN TEKS: ARDO HADYAN SUBHAN, BEA CUKAI SINTETE



Law Intelligence: Sebuah Early Warning System bagi pencapaian tujuan strategis Direktorat Jenderal Bea dan Cukai

Oleh : **Reza Alexandro Wenas Dotulung**, Kasi Pengembangan Proses Bisnis dan Manajemen Transformasi

Pengantar

Tidak dapat dipungkiri saat ini terdapat beberapa kebijakan publik pemerintah, yang dituangkan diantaranya dalam Undang-Undang, didapati bertentangan atau boleh dikatakan tidak sejalan dengan Undang-Undang Kepabeanan (UU Pabean) tanpa terantisipasi pada saat pembentukannya. Untuk menghindari kejadian yang sama di masa mendatang mengingat begitu dinamisnya pembentukan hukum positif saat ini kami berpendapat perlunya fungsi '*law intelligence*' yang bertugas mempelajari lingkungan strategis pembentukan peraturan perundangan. Fungsi *law intelligence* menjadi penting sebagai *early warning system* dan selanjutnya dapat diambil langkah-langkah antisipatif untuk pencapaian tujuan strategis Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC).

Law Intelligence

Dalam kerangka Indonesia sebagai negara hukum dengan cita-cita melindungi segenap tumpah darah Indonesia dan memajukan kesejahteraan umum (*Welfare Law State*), DJBC melaksanakan mandat negara untuk menegakkan UU Kepabeanan dan UU Cukai. Agar dapat melaksanakan mandat ini sangat penting bagi DJBC untuk memahami lingkungan strategis dalam sistem hukum Indonesia dan mengambil peran pada lingkungan strategis tersebut. Sebagaimana diketahui

bersama, sistem hukum Indonesia membagi tiga cabang kekuasaan negara yang meliputi kekuasaan untuk menjalankan undang-undang (eksekutif), kekuasaan untuk membuat undang-undang (legislatif), dan kekuasaan untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang (yudikatif). Lingkungan strategis yang secara langsung dihadapi DJBC sebagai perpanjangan tangan fungsi eksekutif adalah interaksi antar unsur kekuasaan negara baik formal maupun informal. Lebih khusus lingkungan strategis interaksi formal, selain proses litigasi bersama unsur yudikatif, adalah proses pembentukan peraturan perundangan.

Law intelligence pada dasarnya adalah upaya DJBC untuk membangun *early warning system* pada lingkungan strategis proses pembentukan peraturan perundangan. Prinsip sederhananya adalah sebelum setiap peraturan perundangan berlaku sesuai *fictie* hukum, yaitu dituangkan dalam Berita Negara dan Lembaran Negara, setiap kebijakan dalam rancangan peraturan perundangan yang berpotensi tidak sejalan dengan pelaksanaan kebijakan publik sesuai mandat UU Kepabeanan dan UU Cukai telah teridentifikasi dan telah ditindaklanjuti oleh unit yang menangani bantuan hukum.

Berkaitan dengan konsep tersebut, pemahaman yang memadai terhadap proses penyusunan peraturan perundangan merupakan salah

satu prasyarat pelaksanaan fungsi *law intelligence*. Pemahaman ini diperlukan untuk dapat menentukan sumber, saat pengumpulan, dan jenis informasi yang dapat dikumpulkan untuk dapat ditindaklanjuti sesuai skala prioritas berdasarkan tingkat kendali dan potensi dampak. Dalam hukum positif sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (UU Pembentukan Peraturan) setiap peraturan perundangan yang disusun harus jelas tujuannya, dibentuk oleh lembaga atau pejabat yang tepat dan sesuai jenis, hierarki, dan materi muatannya dan proses penyusunannya harus melalui tahapan tertentu. Hal-hal terkait informasi yang dapat dikumpulkan dari proses pembentukan peraturan perundangan sebagaimana diatur dalam UU Pembentukan Peraturan ini khususnya untuk peraturan setingkat Undang-Undang diikhtisarkan dalam Tabel 1. Dalam UU Pembentukan Peraturan ini juga diatur tata cara penyusunan peraturan perundangan pada tingkatan dibawah undang-undang yang berbeda dengan proses pembentukan undang-undang.

Selain memahami proses penyusunan peraturan dan perundangan, penting juga memahami penafsiran atau interpretasi hukum untuk menganalisa informasi yang diperoleh. Sebagaimana diketahui

Tabel Ikhtisar Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 dalam kaitannya dengan Fungsi *Law Intelligence*

No	Item	Penjelasan
1	Asas pembentukan perundang-undangan	Kejelasan tujuan; kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat; kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan.
2	Perencanaan penyusunan Undang-Undang	Dilakukan dalam Prolegnas yang merupakan skala prioritas program pembentukan UU dalam rangka mewujudkan sistem hukum nasional
3	Dasar Prolegnas	Perintah UUD 1945; perintah TAP MPR; perintah UU lainnya; sistem perencanaan pembangunan nasional; rencana pembangunan jangka panjang nasional; rencana pembangunan jangka menengah; rencana kerja pemerintah dan rencana strategis DPR; dan aspirasi dan kebutuhan hukum masyarakat
4	Rancangan Undang-Undang dalam Prolegnas	harus disertai Naskah Akademik
5	Isi Naskah Akademik	Kajian teoretis dan empiris; Evaluasi dan Analisis Peraturan Perundang-undangan terkait; Landasan filosofis, sosiologis, dan yuridis; Jangkauan, arah pengaturan, dan ruang lingkup materi muatan
6	Penyebarluasan Prolegnas	Dilakukan oleh DPR dan Pemerintah untuk memberikan informasi dan/atau memperoleh masukan masyarakat serta para pemangku kepentingan
7	Partisipasi masyarakat	Masyarakat berhak memberikan masukan secara lisan dan/atau tertulis dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan melalui: rapat dengar pendapat umum, kunjungan kerja, sosialisasi,
8	Peserta pembentukan peraturan perundangan	Perancang; peneliti; tenaga ahli

bersama dalam literatur hukum telah dikemukakan metode penafsiran hukum dimulai dengan menggunakan metode gramatikal sampai *a contrario*. Secara umum penafsiran hukum dapat menggunakan 2 sumber yaitu penafsiran hukum menggunakan batang tubuh peraturan dan penjelasannya dan penafsiran hukum menggunakan peraturan atau sumber lain. Dalam hal ini yang dimaksud dengan sumber lain dapat berupa naskah akademis, notulensi pembahasan daftar inventarisasi masalah (DIM), dan notulensi pembahasan pada tingkat pertama atau paripurna.

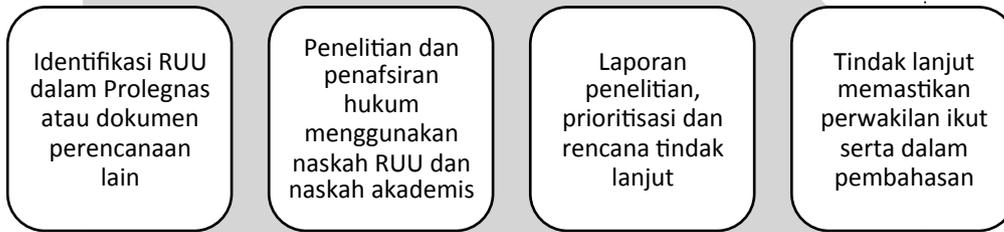
Setelah memahami proses pembentukan peraturan perundangan dan memahami penafsiran hukum langkah pertama yang dapat dilakukan dalam sebagai pelaksanaan fungsi *law intelligence* adalah mengidentifikasi Peraturan Perundangan yang

masuk dalam perencanaan untuk ditetapkan dalam hal ini Prolegnas untuk undang-undang atau dokumen semacam itu untuk peraturan perundangan dibawah undang-undang. Setelah peraturan perundangan yang berpotensi berhubungan dengan pelaksanaan mandat UU Pabean/Cukai teridentifikasi, penafsiran hukum berdasarkan dokumen batang tubuh dan penjelasan RUU dan Naskah Akademis perlu dilakukan untuk secara rinci memetakan bagian dari peraturan perundangan tersebut yang perlu diselaraskan dengan UU Pabean/Cukai termasuk merencanakan langkah-langkah antisipatif untuk memastikan peraturan perundangan tersebut ketika diundangkan sejalan dengan UU Pabean/Cukai.

Sejatinya fungsi *law intelligence* memiliki semangat komunikasi, koordinasi dan konsolidasi dengan

unsur negara yang lain dalam rangka pembentukan hukum yang lebih baik. *Early warning system* yang dapat memotret lingkungan strategis pembentukan peraturan perundangan dengan baik seyogyanya memberikan nilai tambah bagi DJBC dalam berinteraksi informal dengan unsur-unsur negara yang lain. Hasil dari *law intelligence* ini seyogyanya ditindaklanjuti dengan memastikan terdapat perwakilan DJBC yang dilibatkan dalam pembahasan bersama unsur legislatif atau instansi lain sesama unsur eksekutif. Komunikasi dan koordinasi yang baik dalam proses pembentukan peraturan perundangan ini diharapkan dapat meminimalisir terciptanya produk hukum yang bertentangan dengan produk hukum yang sudah ada sebelumnya yang pada akhirnya menghambat implementasi produk hukum tersebut.

Proses *law intelligence*



Rancangan Peraturan Perundangan Yang Perlu Diperhatikan

Ilustrasi pelaksanaan *law intelligence* kami kemukakan untuk 2 tingkatan peraturan perundangan dimulai dari undang-undang dan selanjutnya peraturan pemerintah. Sesuai Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Nomor: 4/DPRRI/III/2015-2016 tentang Program Legislasi Nasional RUU Prioritas Tahun 2016 dan Perubahan Program Legislasi Nasional RUU Tahun 2015-2019 terdapat 40 RUU yang masuk program legislasi 2016 dan 169 RUU yang masuk dalam perencanaan legislasi 2015-2019. 169 RUU ini belum termasuk daftar RUU kumulatif terbuka sebagai tindak lanjut pengesahan perjanjian internasional dan putusan Mahkamah Konstitusi. Dari 169 RUU ini teridentifikasi beberapa RUU yang berpotensi berkaitan dengan pelaksanaan mandat UU Pabean dan UU Cukai yaitu antara lain: RUU Informasi dan Transaksi Elektronik, RUU Hukum Acara Pidana, RUU Karantina Hewan Ikan dan Tumbuhan, RUU Pertembakauan, RUU Larangan Minuman Beralkohol, dan RUU Keamanan Laut. Hasil identifikasi

ini selanjutnya ditindaklanjuti dengan penelitian menggunakan penafsiran hukum untuk setiap RUU. Sebagai contoh dalam batang tubuh RUU Karantina Hewan, Ikan dan Tumbuhan didapati pasal yang mengatur tentang kewajiban DJBC untuk memberikan akses daftar muatan alat angkut dan isi muatan alat angkut serta pasal yang mengatur tahapan pelaksanaan tindakan karantina yang dilakukan sebelum pemeriksaan kepabeanan. Contoh lain dalam batang tubuh RUU Larangan Minuman Beralkohol terdapat pasal yang mengatur tentang larangan peredaran minuman beralkohol ke wilayah RI kecuali untuk tujuan terbatas yaitu antara lain toko bebas bea dan hotel bintang lima serta terdapat pasal yang mengatur pelaksanaan pengawasan melalui tim terpadu yang melibatkan unsur pemerintah daerah.

Pada tingkatan peraturan pemerintah, Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 tentang Program Penyusunan Peraturan Pemerintah Tahun 2016 telah menetapkan 111 RPP yang masuk dalam program penyusunan peraturan pemerintah Tahun 2016. Beberapa RPP yang bukan merupakan inisiatif Kementerian Keuangan yang perlu mendapat perhatian antara lain

RPP Ketentuan Cara Pembayaran dan Cara Penyerahan Barang Impor/Ekspor, RPP Perdagangan Perbatasan, RPP Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, RPP Kewenangan Daerah pada Wilayah Laut, Kepulauan, Kawasan Khusus, dan Daerah Perbatasan, RPP Keamanan Pangan, dan RPP Narkotika. RPP Perdagangan Perbatasan sebagai amanat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang mengatur perdagangan di perbatasan darat sangat penting dalam hubungannya dengan wacana penataan prosedur kepabeanan di perbatasan darat. Demikian juga RPP Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga penting dalam hubungannya dengan wacana penyusunan tata laksana pemungutan penerimaan Bea Masuk dari kegiatan *e-commerce* khususnya atas piranti lunak yang dikirimkan secara elektronik.

Penutup

Law intelligence adalah sebuah proses sebagai *early warning system* DJBC dalam lingkungan strategis interaksi antar unsur penyelenggara negara. Proses ini dilaksanakan melalui identifikasi dan analisa dengan menggunakan penafsiran hukum terhadap rancangan peraturan perundangan yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas DJBC. *Law intelligence* yang terlaksana dan ditindaklanjuti dengan mengedepankan prinsip komunikasi, koordinasi dan konsolidasi dipandang dapat menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan pencapaian tujuan strategis DJBC. (*)

~~If you make ten thousand regulations you destroy all respect for the law – W. Churchill~~



Gedung KPPBC Sumbawa di Jalan Pelabuhan Badas, Sumbawa Besar

KPPBC Tipe Paratama Sumbawa

Kantor Mungil Pendapatan Elite

Sebagai kantor yang memiliki karakter penerimaan, KPPBC Sumbawa merupakan andalan di wilayahnya. Hampir 75 persen penerimaan Kanwil DJBC Bali, NTB, NTT diperoleh dari kantor ini.



Hawa panas menyengat langsung terasa ketika WBC menginjakkan kaki di 'Tana Samawa.' Karakter pulau yang diapit Pulau Lombok di sebelah barat dan Pulau Komodo di sebelah timur ini memang dominan berbatu. Bahkan sebagian orang percaya akan mitos

yang menyebutkan bahwa Pulau Sumbawa adalah batu raksasa yang tiba-tiba muncul dari lautan.

Secara geografis Pulau Sumbawa dan juga Lombok mempunyai banyak kemiripan dengan Pulau Jawa dan Bali. Cuacanya kering dan panas dengan daratan yang didominasi oleh padang savana dan kontur



“
Sehingga jika dibagi rata beban kerja kami, satu orang itu harus mengumpulkan sebanyak Rp100 miliar. Alhamdulillah hingga sekarang, per 1 Juli 2016, sudah terkumpul sebanyak Rp671 miliar. Karena posisi kantor kami di sini, di titik sentral, sehingga memudahkan kami dalam hal pengawasan dan pelayanan terutama ke stakeholder utama PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT).”

Nur Cahyono Mustika Jati
Kepala Bea Cukai Sumbawa



Kegiatan sosialisasi kepada masyarakat rutin dilakukan pihak KPPBC Sumbawa.



Petugas Bea Cukai dan PT NNT melakukan pengecekan beberapa barang berupa alat berat yang akan dire-eksport.

daratan yang berupa gunung-gunung. Namun di Sumbawa gunungnya ditumbuhi oleh pepohonan kerdil dengan daun yang cenderung kecil, juga bebatuan yang menyembul dari dalam tanah.

Di pulau inilah Kantor Bea Cukai Bima berdiri. Setelah puluhan tahun kantor ini berada di Kota Bima, ujung timur Pulau Sumbawa, maka sejak 1 April 2015 kantor berpindah ke wilayah Sumbawa Besar. Keputusan ini sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan nomor 206.3/PMK.01/2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Bea Cukai. Kemudian pembentukan kantor baru Sumbawa yang tadinya berdomisili

di Bima itu dikukuhkan dengan Surat Keputusan Direktur Jenderal Bea dan Cukai nomor KEP 69/BC/2015.

Posisi kantor yang baru setahun berada di Sumbawa Besar ini menjadikan jarak ke *stakeholder* menjadi lebih dekat, serta dalam hal pengawasan posisinya lebih sentral. Di samping itu, bagi para pegawai di sana, koordinasi kerja ke Pulau Lombok yaitu Bea Cukai Mataram dan Kanwil Bea Cukai di Bali juga dirasa lebih mudah dan murah. Kondisi ini dirasakan cukup membantu kinerja para pegawai di sana.

Realita saat ini Bea Cukai Sumbawa mengawasi sekitar 54 ribu kilometer persegi dengan

jumlah personel sebanyak 17 orang pegawai. Adapun wilayah kerja Bea Cukai Sumbawa meliputi Kota Bima, Kabupaten Bima, Kabupaten Dompu, Kabupaten Sumbawa Besar, dan Kabupaten Sumbawa Barat. Di Sumbawa Besar wilayah kerja pengawasan meliputi Pelabuhan Laut Badas, Pos Pengawasan Mata Plampang, Labuhan Alas, Labuang Burung, Pelabuhan Udara Brang Biji, dan Pelabuhan Laut Feri Pototano.

Di Sumbawa Barat ada Kantor Bantu Benete dengan pelabuhan lautnya, serta Pos Pengawasan Taliwang. Di Kota Bima ada Kantor Bantu Pengawasan Pelabuhan Laut Bima. Sementara itu di Kabupaten Bima ada Pos Pengawasan Pelabuhan Laut Feri Sape dan Pos Pengawasan Pelabuhan Udara Palibelo. Sementara di Kabupaten Dompu ada Pos Pengawasan Kempo dan Calabai.

Berbicara mengenai penerimaan, kantor ini memiliki target yang tidak sedikit. Tahun 2015 kantor ini diberi target Rp760 miliar, namun kantor ini melebihinya dengan mencapai Rp1,5 triliun. Luar biasa besar. Situasi surplus itu membuat di 2016 targetnya dinaikkan menjadi Rp1,1 triliun. “Sehingga jika dibagi rata beban kerja kami, satu orang itu harus mengumpulkan sebanyak Rp100 miliar. Alhamdulillah hingga sekarang, per 1 Juli 2016, sudah terkumpul sebanyak Rp671 miliar. Karena posisi kantor kami di sini, di titik sentral, sehingga memudahkan kami dalam hal pengawasan dan pelayanan terutama ke *stakeholder* utama PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT),” ujar Kepala Bea Cukai Sumbawa **Nur Cahyono Mustika Jati**.

Kepala kantor yang akrab disapa Cahyo ini mengungkapkan faktor yang menyebabkan surplusnya target penerimaan kantornya di 2015 lalu dikarenakan meningkatnya ekspor

produk pertambangan berupa konsentrat tembaga PT NNT. Perusahaan pertambangan di wilayah Benete Sumbawa Barat itu menyumbang sebesar Rp1,4 triliun atau mencapai 115 persen dari target yang telah ditetapkan.

Sedangkan penerimaan Bea Masuk di 2015 terealisasi sebesar Rp65 miliar atau 63 persen dari target. Tidak terpenuhinya target bea masuk ini dikarenakan beberapa importasi yang mendapat fasilitas pembebasan bea masuk terutama importasi dari negara-negara Asean (Form D). Selain itu ada juga faktor berkurangnya kegiatan di lokasi tambang tersebut, sehingga importasi terhadap alat-alat pendukung berupa peralatan tambang juga berkurang.

“Kegiatan ekspor komoditas umum di wilayah kerja kami melalui Pelabuhan Badas adalah berupa jagung. Sementara impornya adalah aspal curah untuk keperluan infrastruktur jalan di Pulau Sumbawa dan

juga Lombok. Sementara ekspor di pelabuhan khusus PT NNT di Kawasan Proyek Batu Hijau Benete kita ada kegiatan ekspor konsentrat tembaga sebanyak lima hingga enam kapal dalam sebulan. Sedangkan impornya yang didominasi alat-alat berat untuk keperluan penambangan PT NNT,” terang Cahyo.

Newmont Andalan Penerimaan

Bea Cukai Sumbawa itu uniknya adalah kantor kecil namun berpotensi besar. Potensi barang tambang dan mineral di Pulau Sumbawa sangat kaya. Ada besi, mangan, bauksit, tembaga, dan juga emas. Saat ini tercatat hanya PT NNT yang beroperasi melakukan penambangan di Sumbawa. Semula ada tiga perusahaan lokal pengeksport bijih besi di pulau ini, namun kini ketiganya gulung tikar. Kendala utama bagi pengiat tambang lokal ini ada di Undang-undang Minerba dan izin ekspor.

PT NNT sendiri memperoleh

izin ekspor setelah dicapai kesepakatan dengan Kementerian Perdagangan dan Kementerian ESDM untuk membayar *joint-fee* sebesar USD2,5 Juta sebagai jaminan pembangunan *smelter* (pabrik pengolahan dan pemurnian konsentrat). Dan PT NNT memperoleh keringanan penurunan pembayaran bea keluar, dari tahun sebelumnya membayar 40 persen dan saat ini di 2016 hanya diwajibkan membayar 7 persen saja. “Sebagai aparaturnya fiskal yang menjalankan tugas *revenue collector* negara, selama ada Surat Peretujuan Ekspor (SPE) kami akan layani,” ujar Cahyo.

Dalam laman resminya (www.ptnnt.co.id) disebutkan bahwa PT NNT merupakan perusahaan patungan yang sahamnya dimiliki oleh Nusa Tenggara Partnership B.V, PT Multi Daerah Bersaing (PT MDB), PT Pukuafu Indah, dan PT Indonesia Masbaga Investama. Newmont dan Sumitomo bertindak sebagai operator PT NNT yang

Capaian Penerimaan KPPBC Sumbawa di Tahun 2015

Jenis Penerimaan	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
Bea Masuk	102.539.872.000	65.073.703.000	63.46
Bea Keluar	1.210.007.000.000	1.400.406.225.000	115.74
Total	1.312.546.872.000	1.465.479.928.000	111.65

Sumber: KPPBC Tipe Pratama Sumbawa



Di Gudang Konsentrat Tembaga dan Emas yang siap di ekspor.

PROFIL KANTOR

melakukan penambangan di Batu Hijau. Tambang Batu Hijau merupakan tambang tembaga dengan mineral ikutan emas dan terletak di sebelah barat daya pulau Sumbawa, di Kecamatan Sekongkang, Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi NTB.

Temuan cebakan tembaga porfiri dimulai pada 1990, yang kemudian diberi nama proyek Batu Hijau. Setelah melalui pengkajian teknis dan lingkungan selama enam tahun, pada 1996 Pemerintah Indonesia mengesahkan dokumen ANDAL untuk PT NNT, dan pada 1997 pembangunan Proyek Batu Hijau resmi dimulai dengan total investasi USD 1,8 Miliar. Selanjutnya perusahaan ini mulai beroperasi secara penuh pada Maret 2000 hingga sekarang. Saat ini PT NNT ditargetkan memproduksi 700.000 ton konsentrat tembaga.

Karena tugas dan fungsi Bea Cukai Sumbawa dominan ada di bidang industri pertambangan terutama di PT NNT, dan di pertambangan patokannya ada di 'kadar' maka pengawasan kadar dilakukan secermat mungkin. Dari mulai proses pengambilan sampel, proses uji laboratorium, dan *drafting* dilakukan petugas Bea Cukai secara saksama karena itu merupakan pintu masuk untuk menentukan bea keluar.

Menurut Cahyo, pihaknya juga melakukan pendekatan personal dengan rekan di Sucofindo dalam hal pengetahuan kandungan hasil tambang. Ditambah lagi karena memang petugas Bea Cukai satu mess dengan petugas Sucofindo di PT NNT. "Kami banyak belajar dari mereka mengenai cara memperoleh kadar konsentrat yang bagus. Kami harus melakukan pengawasan secara ketat sampai benar-benar yakin bahwa yang kita uji sampelnya memang dari lapangan. Jadi perjalanan pengambilan sampel itu kita pantau terus.

Kita bahkan lakukan *cross check* uji laboratorium keluar wilayah seperti BPIB Cempaka Putih Jakarta atau Surabaya," tambah Cahyo.

Berkaitan hal tersebut, di 2016 KPPBC Sumbawa telah menerbitkan 14 Notul atau Surat Penetapan Tarif dan Nilai Pabean (SPTNP) dari hasil uji laboratorium itu sehingga memperoleh biaya tambah bayar sebesar Rp 8,6 miliar. Cahyo mengakui bahwa 'ubo rampe' di bidang pabean banyak sekali, beda dengan bidang cukai yang relatif lebih simpel dan jelas. Dalam menjalankan tugasnya, KPPBC Sumbawa sudah dilengkapi fasilitas IT memadai. Sejak 2015, kantor ini sudah berhasil menggunakan e-billing. *Pilot project* nasional untuk uji coba e-billing yang diterapkan di Kantor Bantu Benete Sumbawa di lokasi PT NNT itu dinilai berhasil.

Selain pelayanan ekspor barang tambang berupa konsentrat tembaga dan emas di PT NNT, secara umum pelayanan di kantor ini berupa ekspor maupun impor, tapi fokusnya memang di pelayanan ekspor. Kegiatan ekspor yang umumnya di tahun ini ada beragam komoditas, antara lain minerba, ikan, dan jagung. Ikan kerapu terutama terkonsentrasi di Pulau Rakit, sementara jagung menyebar di seluruh Pulau Sumbawa.

"Dalam pelayanan kita mencoba jemput bola, sebagai bentuk *trade facilitator*. Kondisi geografis Sumbawa ini yang masih sulit sementara *stakeholder* membutuhkan pelayanan cepat maka kami membuka Kantor Bantu di Bima dan Benete di kawasan PT NNT," ujar Cahyo. Sementara untuk pengawasan barang kena cukai (BKC) terutama minuman keras itu ada enam pengusaha di seluruh Sumbawa.

Untuk pengusaha BKC di antaranya terdapat di Pantai Lakey dan Pulau Moyo. Dua



Pelaporan secara online langsung dilakukan petugas lapangan BC Benete ke KPPBC Sumbawa.

tempat itu memang terkenal dengan kunjungan wisatawannya yang tinggi. Khusus Pulau Moyo banyak disinggahi turis asing karena merupakan jalur singgah wisatawan dari Bali dan Gili Trawangan yang akan menuju ke Pulau Komodo. Selain dua tempat itu, destinasi wisata andalan di Pulau Sumbawa antara lain Pantai Baru, Pantai Kencana, Tanjung Menangis, Teluk Saleh, Pulau Satonda, dan Gunung Tambora.

Sementara itu Kepala Sub Seksi Kepatuhan Internal dan Penyuluhan Bea Cukai Sumbawa, Herman, mengungkapkan di 2015 lalu penegahan cukai yang dilakukan Bea Cukai Sumbawa sebanyak lima kasus, terutama peredaran rokok tanpa pita cukai. "Kami rutin melakukan sosialisasi mengenai kepabeanan dan cukai ke seluruh pelosok pulau. Kami juga sudah melakukan koordinasi dengan Pemda Bima dan Kabupaten Sumbawa Besar dalam hal sosialisai di bidang cukai. Setahun bisa 18 kali sosialisasi," ujar Herman yang dikenal mahir menggunakan beragam bahasa daerah, di antaranya Bahasa Bima, Sumbawa, dan Bali.

(Supomo/Aries)

BEA CUKAI KEMBALI GAGALKAN UPAYA PENYELUNDUPAN IMPOR 55 TON BAWANG ILEGAL

Patrol Laut Bea Cukai kembali menuai prestasi dalam memberantas dan menggagalkan upaya penyelundupan melalui laut, khususnya di perairan timur Pulau Sumatera melalui Operasi Gerhana yang kini memasuki tahap ketiga.

Setelah menggagalkan upaya penyelundupan sekitar 80 (delapan puluh) ton bawang merah ilegal yang dibawa oleh 3 (tiga) Kapal Motor – KM Moras, KM Sahabat Jaya dan KM Harum Samudera – pada awal dan pertengahan Juni lalu, kembali Patroli Laut Bea Cukai berhasil menggagalkan upaya penyelundupan sekitar 55 (lima puluh lima) ton bawang merah ilegal yang dibawa oleh KM Bidara GT. 60 berbendera Indonesia.

Patroli Laut Bea Cukai Kapal BC 8006 mendeteksi keberadaan KM Bidara GT. 60 yang diduga membawa barang impor ilegal di perairan Kuala Air Masin, Aceh Tamiang pada Rabu pagi (29/6/2016) dan segera memerintahkan KM Bidara untuk berhenti.

Pada saat dilakukan penangkapan, KM. Bidara yang dinahkodai MN dengan anak buah kapal A, IA, F dan IS mencoba melarikan diri tanpa mengindahkan peringatan petugas.

Namun akhirnya setelah dilakukan upaya pengejaran oleh Kapal BC 8006, akhirnya KM. Bidara berhasil dilumpuhkan dan dibawa ke Dermaga Kantor Wilayah Bea Cukai Sumatera Utara di Belawan untuk dilakukan pemeriksaan.

Berdasar pemeriksaan awal, diketahui bahwa KM Bidara mengangkut sekitar 55 ton (5.500



Petugas memperlihatkan bawang merah ilegal yang berhasil ditegah.

karung @ 10 kg) bawang merah – saat ini masih dilakukan proses perhitungan lebih lanjut – yang diangkut dari pelabuhan Seberang Perai, Penang, Malaysia.

Barang tidak dilengkapi dengan dokumen yang dipersyaratkan, yaitu dokumen Manifest (daftar barang niaga/ barang impor yang diangkut oleh Kapal) serta pengangkut/ pelaku tidak pernah mengajukan dokumen Pemberitahuan Rencana Kedatangan Sarana Pengangkut (RKSP/BC 1.0) dan dokumen Inward Manifest (BC 1.1.) kepada Kantor Pabean (dalam hal ini Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Pratama Kuala Langsa, yang membawahi/ mengawasi wilayah tujuan kapal, yaitu Kuala Langsa).

Tersangka diduga melakukan tindak pidana penyelundupan impor dengan melanggar Pasal 102 huruf a Undang-Undang Nomor 10 tahun 1995 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 17 tahun 2006 tentang Kepabeanan.

Barang bukti berupa 1 (satu) unit kapal KM Bidara dan 55 (lima puluh lima) ton bawang merah ilegal, disita oleh penyidik Kanwil DJBC Aceh. Saat ini kasusnya masih dalam proses penyidikan oleh PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil) Kantor Wilayah DJBC Aceh.

Kesiagaan patroli laut Bea Cukai dalam mengawasi perairan Aceh memang dibutuhkan dalam menindak beragam aksi penyelundupan, khususnya yang melalui pelabuhan tidak resmi.

Hal ini juga dalam rangka melaksanakan instruksi Presiden Jokowi untuk menutup pelabuhan tidak resmi sekaligus mengamankan penerimaan negara.

Adanya pelabuhan tidak resmi di sepanjang pesisir timur Aceh, menyebabkan banyak terjadinya penyelundupan.

Selama periode Januari hingga Juni 2016 saja, Bea Cukai telah manangani 9 kasus penyelundupan. Dimana 1 di antaranya merupakan limpahan kasus dari Lanal Lhokseumawe. (*)



Dirjen Bea Cukai didampingi Menko PMK menunjukkan daging sapi yang dihibahkan dalam konferensi pers di Tanjung Priok.

BEA CUKAI HIBAHKAN PULUHAN RIBU KILO DAGING KE MASYARAKAT

Konsumsi sejumlah kebutuhan pokok mengalami peningkatan, termasuk di antaranya konsumsi daging sapi. Mengatasi hal ini, berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah dalam menjamin terpenuhinya pasokan daging sapi untuk menjaga kestabilan stok di pasaran.

Dalam rangka mendukung upaya pemerintah tersebut dan melaksanakan arahan Presiden, hari ini Kementerian Keuangan melalui Bea Cukai bekerja sama dengan Kementerian Sosial dan Kemenko Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (PMK) menghibahkan 21.847,22 kg daging sapi kepada fakir miskin di wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten. Hal ini sejalan dengan tugas dan fungsi Kemenko PMK yaitu mengkoordinasikan pengelolaan semua bentuk bantuan sosial dan bantuan

pangan demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Daging sapi ini merupakan daging sapi asal Australia yang ditegah oleh Bea Cukai Tanjung Priok pada tanggal 30 dan 31 Mei 2016, dikarenakan PT SNJ dan PT ABU sebagai importir melanggar Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 05/M-DAG/PER/1/2016 tentang ketentuan ekspor dan impor hewan dan produk hewan sebagaimana tertera pada lampiran III dan Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 58/Permentan/PK.210/11/2015 tentang karkas, daging, dan/ atau olahan lainnya ke dalam wilayah Republik Indonesia. Di mana dalam importasi tersebut ditemukan produk hewan yang termasuk dalam jenis yang tidak diperbolehkan untuk diimpor, yaitu berupa 14.400 kg frozen

boneless beef trimmings, 5.596,5 kg beef offal “a” neck bones, dan 1.850,72 kg bone in beef tendon.

Barang hasil penindakan ini merupakan barang yang termasuk larangan dan pembatasan yang tidak diberitahukan atau diberitahukan tidak benar di pemberitahuan pabean, sehingga ditetapkan menjadi Barang Dikuasai Negara (BDN), yang selanjutnya ditetapkan menjadi Barang Milik Negara (BMN) berdasarkan Pasal 53 ayat (4) Undang-Undang No. 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 17 Tahun 2006. Kemudian peruntukannya dapat dilelang, dihibahkan, atau dimusnahkan berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan.

Untuk diketahui bahwa sebelumnya Bea Cukai Tanjung Priok juga telah melakukan penegahan terhadap 7 kontainer berisi 163 ton daging sapi pada 21 Mei 2016. Dimana saat ini tindak lanjut penanganan barangnya telah ditetapkan untuk dilelang. (*)

Hibah Gula, Beras dan Ketan Oleh Kanwil DJBC Kepri



Prosesi penyerahan hibah gula, beras, dan ketan.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai melalui Kantor Wilayah (Kanwil) Bea Cukai Khusus Kepulauan Riau (Kepri) Tanjung Balai Karimun (TBK) hibahkan barang hasil penindakan berupa 6.375 kilogram beras, 6.700 kilogram gula, serta 350 kilogram ketan kepada 3 yayasan yatim piatu dan 2 yayasan sosial.

Hibah Barang Milik Negara (BMN) tersebut diserahkan oleh Kepala Kanwil Khusus Kepri, Parjiya di Aula Pangkalan Sarana Operasi Bea Cukai TBK pada 30 Juni 2016. Penyerahan barang-barang eks tangkapan, ungkap Parjiya mengacu pada peraturan mengenai Hibah BMN yang berpedoman pada PMK Nomor 96 tahun 2007, PMK Nomor 62 tahun 2011 dan PMK Nomor

240 tahun 2012 tentang Tata Cara Pengelolaan Barang Milik Negara yang berasal dari aset eks Kepabeanan dan Cukai.

“Selama 2016 ini kami telah dua kali melaksanakam hibah yang tujuannya untuk membantu pemenuhan kebutuhan bahan pokok pada yayasan sosial dan Panti asuhan. Kami juga ingin menjalin tali silaturahmi kepada masyarakat sebagai bukti eksistensi kami di wilayah Karimun,»demikian Parjiya. Lebih lanjut Parjiya menjelaskan, barang hibah tersebut berasal dari hasil tegahan pada bulan Juli dan Agustus 2015 dan Januari 2016 yang berasal dari negara tetangga tanpa dokumen sudah sesuai aturan Menteri Keuangan.

Sementara itu Wakil Bupati Karimun, Anwar Hasyim

mengungkapkan rasa terimakasih, bangga, dan apresiasinya kepada Bea Cukai karena masih banyak masyarakat yang membutuhkannya. «Acara hari ini merupakan acara yang penuh berkah apalagi dilaksanakan pada bulan ramadhan, apalagi anak yatim piatu adalah titipan Allah yang harus dibantu,» ujar Anwar Hasyim. “Kami pemerintah daerah paling tidak mengetahui siapa yang tepat untuk menerima santunan untuk itu kami berterimakasih dan siap memfasilitasinya,»ujar Anwar Hasyim lagi. Tentunya semua ini sudah sesuai dengan prosedur. Dan acara hari ini sangat membantu Pemda untuk menyalurkan bantuan kepada masyarakat tidak mampu. «Semoga kegiatan ini selalu membawa keberkahan dan tepat sasaran penyalurannya,» demikian Anwar Hasyim.

Penyerahan barang hibah dilakukan oleh Kepala Kanwil DJBC Khusus Kepri, Parjiya didampingi Kepala Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya TBK dan diterima oleh masing-masing perwakilan dari kelima yayasan tersebut yaitu Yayasan Ar-Raudah, Yayasan Darul Taufiq, Panti Asuhan Hidayatullah, Miftahul Jannah, dan Muhammadiyah yang semuanya berlokasi di Kabupaten TBK .

Hadir dalam acara tersebut Wakil Bupati Karimun, Anwar Hasyim, perwakilan Dinas Sosial Kabupaten Karimun, Wakil Ketua Pengadilan Negeri TBK, Wakil Kajari TBK, Polres Karimun, Komandan Kodim, Komandan Pangkalan Angkatan Laut, perwakilan dari KPKNL TBK, Kepala Pangsarop Bea Cukai Kepri, Kepala KPPBC TBK, para pejabat di lingkungan Kanwil Bea Cukai Khusus Kepri, dan Kepala Stasiun Karantina Pertanian Kelas II TBK dan perwakilan dari yayasan sosial dan panti asuhan.

(Ariessuryantini)

Operasi Gerhana III Periode Pertama Hasilkan 25 Penindakan Bernilai 11 Milyar Rupiah



Ilustrasi patroli laut Bea Cukai.

Patroli laut gabungan antara Kanwil Aceh, Kanwil DJBC Riau Sumbar, Kanwil DJBC Khusus Kepri dan KPU Bea Cukai Tipe B Batam yang berlangsung sepanjang 6-20 Juni 2016 berhasil melakukan 25 penindakan terkait kegiatan ilegal khususnya pelanggaran kepabeanan, demikian disampaikan Kepala Kanwil Khusus DJBC Parjiya.

“operasi ini juga didukung oleh dua pangkalan sarana operasi, yaitu Pangkalan Sarop Batam dan Pangsarop Tanjung Balai Karimun,” ungkap Parjiya dalam press release yang dilaksanakan pada 27 Juni 2016 ini, di Kanwil DJBC Khusus Kepri.

Upaya penegahan ini lanjut Parjiya dilakukan untuk perlindungan industri dalam negeri, perlindungan terhadap lingkungan hidup, perlindungan terhadap ekonomi dan perdagangan dalam negeri, khusus terhadap komoditi bawang tindakan ini dilakukan untuk perlindungan petani dalam negeri.

Parjiya memaparkan, dari 25 penindakan yang dilakukan

dalam operasi ini 9 diantaranya merupakan penindakan di bidang impor, 1 penindakan di bidang ekspor, 2 penindakan human traffic (TKI ilegal) dan 13 kasus pelanggaran FTZ.

Sementara itu di tempat yang sama, Kabid Penindakan dan Sarana Operasi Kanwil Bea Cukai Khusus Kepri, R. Evy Suhartantyo menjelaskan, pelaksanaan Operasi Gerhana merupakan tindak lanjut dari perintah Presiden diteruskan oleh Dirjen Bea Cukai untuk mengamankan perairan Selat Malaka dari tindak penyelundupan yang masih marak terjadi.

Lebih lanjut Evy mengungkapkan untuk pelanggaran impor didominasi komoditi bawang merah yang kebanyakan berasal dari Kuala Linggi, Malaysia tujuan Dumai. Sedangkan di bidang ekspor komoditi pasir timah asal Belitung akan dibawa ke Kuantan, Malaysia. Untuk pelanggaran FTZ komoditi yang dominan adalah rokok impor dan rokok khusus kawasan bebas dari Batam menuju Tembilahan.

Terkait tegahan rokok, merupakan upaya penindakan yang baru saja dilakukan, oleh BC 119 tepatnya pada 25 Juni 2016 di Perairan Ngenang, menegah 348 karton dan 4 karung rokok merk Luffman asal Batam dan berhasil mengamankan 9 orang pelaku dengan perkiraan nilai barang sebesar Rp. 870.000.000. Dan perkiraan kerugian negara sebesar Rp. 2.750.350.000, berupa cukai, bea masuk dan PDRI.

Keseluruhan nilai barang dari 25 penindakan tersebut sebesar Rp. 11.211.050.000. dengan total kerugian negara yang diakibatkan sebesar kurang lebih Rp. 4.310.488.000.

Khusus penindakan yang dilakukan di wilayah Khusus Kepri ada 10 penindakan, terdiri dari 6 penindakan oleh Kanwilsus Kepri, 4 penindakan oleh KPPBC TMP B Tanjung Balai Karimun, 1 kasus dalam proses penyidikan, 4 kasus dikenakan denda berupa sanksi administrasi dan 5 kasus berstatus Barang Dikuasai Negara.

(Ariessuryantini)

IMPOR K^{SMETIK}



Siapa kah yang boleh mengimpor kosmetik?

Sesuai dengan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.42.2995, tanggal 10 Juni 2008 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetik, yang berhak memasukkan kosmetik impor ke dalam wilayah Indonesia adalah importir, distributor, industri kosmetik dan atau industri farmasi yang memiliki izin impor sesuai peraturan perundang-undangan, yang diberi kuasa oleh produsen di negara asal.





- Esther ButetSiahaan** Selamat Bea Cukai RI khususnya @bea cukai Soekarno Hatta, yang telah berhasil menangkap sabu...
62kg bukan jumlah yang sedikit,Ratusan Ribu #Nyawa yang kalian selamatkan. Mungkin salah-salu-nya bisa saya sendiri atau mungkin orang2 yg saya cintai...Bravo buat @Bea Cukai RI!
Bea Cukai RI,semakin lebih baik👍👍👍
Like · Reply · Message · 2 · 13 hrs
- Apendi Crb-jbr Mantaaaaap**
Like · Reply · Message · 1 · 13 hrs
- Rachmatul Iksan** Kita bangga punya pasukan yg bisa menghentikan obat petaka
Like · Reply · Message · 2 hrs
- Kukuh Sawani Hanggra** Ingin rasanya bergabung dengan team bea&cukai untuk menjaga anak bangsa sukses buat BC Indonesia sukses selaku
Like · Reply · Message · 10 hrs
- Amir Hasan A** Salah satu tugas dan fungsi DJBC sudah dilaksanakan dan masih terbatas pada daerah tertentu yg sudah memiliki KB/PDKB, kami mendukung dan mengucapkan selamat atas keberhasilan ini sebagai salah satu kontribusi kita pada NKRI
Like · Reply · Message · 1 · July 16 at 7:59am · Edited
- Achmad Bachrudin Qorib** Penjaga Gerbang NKRI wilayah kepabeanan...selaras dgn kerja2 TNI
Goodluck Always for Customs Officers
Like · Reply · Message · July 2 at 9:58pm
- Rido Fadila** Apalagi dari bea cukai yang menjaga perbatasan tidak mengenal libur. Bea cukai makin baik !!!!!
Like · Reply · Message · 1 · July 3 at 8:54am

- Ridwan** jika saya beli 2 barang berbeda masing masing harganya 30\$ dari toko yang berbeda dan di hari yang berbeda, tapi kebutuhan nyampe beacukai di hari yang sama, apa kena pajak krna dianggap diatas 50\$?
Like · Reply · Message · July 22 at 3:15am
Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Selamat pagi, Sdr. Ridwan.
Jika dokumen pabean PP22A (PT Pos Indonesia) atau PIBK (Perusahaan Jasa Titipan) diajukan secara bersamaan maka terhadap barang kiriman dengan nama dan/atau alamat tujuan yang sama dimungkinkan nilai pabean-nya akan digabungkan. Kewenangan penetapan nilai pabean oleh Pejabat Bea Cukai yang memeriksa barang kiriman Anda.
Info selanjutnya silakan hubungi Bravo Bea Cukai 1500225 atau email ke info@customs.go.id.
Terima kasih.
- Rahma Indra Wardani** Sejah mana masyarakat umum dikutsertakan dalam mengidentifikasi dan melaporkan rokok ilegal, Pak?
Apakah ada mekanisme pelaporan melalui aplikasi telepon pintar yang dapat dipergunakan dengan mudah oleh masyarakat seperti yang dikembangkan di Filipina?
Like · Reply · Message · July 11 at 10:36pm
Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Selamat pagi, Sdr. Rahma Indra Wardani.
Jika Anda mengetahui dugaan pelanggaran disiplin pegawai dan/atau dugaan tindak pidana kepabeanan dan cukai dapat mengirimkan informasi dimaksud beserta data pendukung melalui laman <http://www.beacukai.go.id/pengaduan.html> atau hubungi Bravo Bea Cukai dengan nomor telepon 1500225 dan surel info@customs.go.id.
Terima kasih.





Registrasi NIK

BAGAIMANA solusinya NIK yg dicabut? Karena saya sudah coba registrasi tetapi tidak bisa. masalahnya karena ada perubahan di Angka Pengenal Importir-Produsen (API-P) nya. sehingga NIK kami dicabut dan untuk mendapatkan NIK kembali bagaimana caranya? Adapun

Nama Perusahaan : PT ABC
 NPWP Perusahaan : 08.963.xxx.x.xxx-xxx
 Alamat : Yogyakarta
 Status Pengguna Jasa : Importir/Eksporir

Terkait dengan pertanyaan Saudara mengenai prosedur pengurusan NIK yang telah dicabut, kami sampaikan hal-hal sebagai berikut :

1. Setelah kami cek dalam aplikasi kami atas NPWP Perusahaan Anda, status NIK dicabut karena ketentuan API Permendag 27/2012;
2. Langkah-langkah pengurusan NIK yang telah dicabut, sebagai berikut :
 - a. Langkah pertama yang Saudara harus lakukan adalah dengan melakukan aktivasi NIK. Ajukan surat permohonan aktivasi NIK ditujukan kepada :
 Direktur Teknis Kepabeanan
 U.p. Subdirektorat Registrasi Kepabeanan
 Kantor Pusat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai
 Jalan Ahmad Yani (By Pass), Rawamangun, Jakarta Timur
 Surat Permohonan tersebut dilampiri dengan dokumen legal perusahaan.
 - b. Setelah user teraktivasi, silakan lakukan pengurusan NIK pada aplikasi registrasi kepabeanan. Ikuti petunjuk pengisian aplikasi registrasi kepabeanan.
 - c. Setelah NIK terbit, Saudara ajukan surat permohonan pembukaan blokir ditujukan kepada Direktur Teknis Kepabeanan dan Cukai.

“Sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 512/KMK.01/2009 tentang Kebijakan standar Penggunaan Akun dan Kata Sandi, Surat Elektronik, dan Internet di Lingkungan Departemen Keuangan bahwa Unit TIK eselon I yang memiliki sistem nama domain masing-masing menambahkan pernyataan disclaimer pada setiap Surat Elektronik untuk mencegah tuntutan hukum atas penggunaan Surat Elektronik, maka e-mail ini (termasuk seluruh lampirannya bila ada), hanya ditujukan kepada penerima sebagaimana dimaksud pada tujuan email ini. Email ini dapat berisi informasi atau hal-hal yang secara hukum bersifat rahasia. Jika terdapat kesalahan pengiriman (Anda bukan penerima yang dituju), maka Anda tidak diperkenankan untuk memanfaatkan, menyebarkan, mendistribusikan , atau menggandakan email ini beserta seluruh lampirannya. Mohon kerjasamanya untuk segera menghubungi kami di nomor telepon dan/atau e-mail yang tercantum di atas serta menghapus email ini beserta seluruh lampirannya. Semua pendapat yang dalam e-mail merupakan pendapat pribadi dari pengirim yang bersangkutan dan tidak serta merta mencerminkan pandangan dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.”

Salam
Subdit Penyuluhan dan Layanan Informasi

Kahlay Shelwy

Berkunjung ke Medan, Sumatera Utara, menjumpai masyarakat keturunan India tidaklah sulit. Kebanyakan memang berprofesi sebagai pedagang atau pengusaha. Tetapi ada juga yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) di instansi pemerintah seperti halnya Kahlay Shelwy, salah satu pegawai Bea Cukai keturunan Tamil.

Akrab dipanggil Kahlay, gadis keturunan salah satu suku India ini bekerja di Kantor Bea Cukai Kuala Namu di Subbidang Penyuluhan tepatnya di bawah seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi (PLI). PLI menjadi penempatan pertama Kahlay setelah ia diangkat sebagai PNS Bea Cukai

Sebelum bergabung di Bea Cukai, Kahlay sempat kuliah di Universitas Sumatera Utara (USU) jurusan Teknik Industri. Awalnya tidak terpikirkan kalau dirinya akan menjadi pegawai Bea Cukai, dipikirkannya lepas kuliah ia akan bekerja di perusahaan. Ketika ditanya alasannya bergabung dengan Bea Cukai, Kahlay

menjawab awalnya tertarik karena mendapatkan info dari kakaknya yang sudah duluan bergabung menjadi pegawai Bea Cukai.

“Abang waktu itu ngasi tau kalau ada penerimaan Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (STAN), dan karena melihat serta dengar cerita abang kok sepertinya menarik ya aku coba saja. Apalagi waktu itu aku ditantang bisa *gak* lulus dari ratusan orang yang mendaftar jadi makin penasaran,” ujarnya dengan logat khas Sumatera Utara.

Terhitung baru beberapa bulan bergabung menjadi pegawai Bea Cukai tentu pengalamannya belum banyak. Kahlay menuturkan, sifatnya yang cenderung *tomboy* dan senang dengan kegiatan semi militer, saat harus mengikuti SAMAPTA menjadi pengalaman menarik. “Pas dijalanin ada kesalnya juga tapi setelahnya dikenang pengalamannya ada kebanggaan tersendiri,” kenang Kahlay sambil tersenyum.

Tugasnya sehari-hari sebagai pelaksana di Seksi PLI yaitu

Apa yang Kita Dapatkan Itu Cerminan Kita Sendiri

Bagi Kahlay selama berusaha dan bersungguh-sungguh maka siapapun bisa bergabung dan bekerja di instansi pemerintah tanpa harus menggunakan cara-cara tidak resmi.

mengkonsep kegiatan kehumasan dan penyuluhan untuk masyarakat umum maupun pengguna jasa. Agar masyarakat bisa menerima dan paham tentu kegiatan kehumasan yang ia lakukan perlu dikemas semenarik mungkin. Selain itu Kahlay juga meng-*update* isi website Kantor Bea Cukai Kuala Namu. “Tentu tidak sendirian tapi bekerja sama dengan teman-teman sebagai tim humas,” tambahnya.

Walaupun masih keturunan asli tetapi keluarga dari pegawai muda berumur 22 ini sudah menetap di Medan bergenerasi sebelum Kahlay. Kahlay pun lahir di Medan, 10 Februari. Tidak seperti kebanyakan keturunan Tamil yang tinggal di Kampung Madras, Medan, Keluarga Kahlay sudah pindah tempat tinggal.

Terbilang pendatang tentu menyesuaikan diri dengan

masyarakat sekitar dilakukan agar diterima oleh masyarakat lokal dimana ia menetap. Akan tetapi, membaur juga bukan berarti meninggalkan/ menghilangkan kultur budaya, adat, dan agama selama tidak bertentangan dengan norma sekitar. Begitupun Kahlay, dalam budayanya setiap wanita India memakai pote atau hiasan seperti titik di dahi. “Pote ini biasanya berwarna merah atau putih, kalau belum menikah bisa memakai merah atau putih.”

Terkadang Kahlay pun meminta izin untuk tidak mengikuti kegiatan apabila ada kegiatan sampai sore karena mengejar waktu sembahyang di Kuil bersama keluarga. Bersyukur, atasan dan teman-temannya mengerti karena memang tidak setiap hari Kahlay perlu izin. Larangan untuk mengkonsumsi sapi juga tidak menjadi halangan Kahlay untuk bersosialisasi. “Malah teman-teman pegawai di sini suka bercandain,” ujar Kahlay dengan tertawa.

Menjadi warga negara Indonesia dan besar di Medan ternyata berpengaruh dengan selera makanannya, dengan jujur dia mengakui kalau kurang suka dengan masakan India. Jadi saat keluarganya menyantap masakan India, Kahlay hanya makan sedikit saja. Bahasa Tamil pun ia hanya mengerti sedikit karena memang kesehariannya lebih banyak menggunakan Bahasa Indonesia. “Mama sih ngomong pake Bahasa Tamil tapi kami anak-anaknya pakai Bahasa Indonesia bercampur logat Batak,” ucapnya.

Di balik sifatnya yang *tomboy*, ternyata gadis penikmat masakan Sumatera Utara ini senang dengan hal-hal yang berhubungan dengan kesenian. Kesehariannya di waktu senggang adalah menggambar. Kahlay juga menyukai kegiatan *travelling* alias jalan-jalan tetapi lucunya ia takut bila harus naik pesawat. Hal itu terjadi karena pengalamannya saat kecil sering ditakut-takuti saat naik pesawat.

Sambil tertawa kahlay bercerita, “Teman-temannya atau keluarga yang duduk di sampingnya akan *stress* karena setiap ada guncangan sedikit saya langsung panik dan sepanjang perjalanan komat kamit berdo'a terus, rasanya kalau berhenti berdo'a pesawatnya goyang. Kalau nanti mutasi ya berharapnya sih tidak jauh-jauh (tertawa).”

Tujuan jalan-jalan yang sampai saat ini belum kesampaian ingin dilakukan Kahlay adalah berkunjung ke India. Karena walaupun keturunan suku asli India tapi ia sama sekali belum pernah menjejakkan kaki di India. Kahlay ingin melihat bagaimana kehidupan suku Tamil di sana. Seperti halnya Indonesia, India juga memiliki banyak suku tetapi di Medan atau daerah lain di Indonesia ini kebanyakan yang datang adalah suku Benggali dan suku Tamil. Umumnya yang banyak dijumpai adalah suku Benggali dan Bahasa India yang banyak didengar dari acara-acara TV pun merupakan Bahasa Hindi atau Benggali.

Dalam menjalani hidup, bungsu dari tiga bersaudara ini berprinsip, “Apapun yang kita lakukan ke orang itu juga yang akan kita dapatkan. Kalau kita buat positif ke orang tentu kita akan dapat positif juga. Kalau kita buat buruk, hal buruk juga yang didapatkan. Apa yang kita dapatkan itu cerminan kita sendiri,” ujarnya.

Berharap kedepannya bisa berbuat lebih banyak di Bea Cukai. sebagai orang kedua setelah kakaknya yang masuk instansi pemerintah, Kahlay ingin menunjukkan kalau dirinya masuk bukan karena “bayar” atau karena “dibawa” oleh kakaknya tetapi memang murni dan melewati jalur resmi. “Saudara-saudara banyak yang mengira aku dimasukkan oleh abang dan bayar uang sejumlah sekian, padahal kan saat ini hal-hal seperti itu sudah tidak dilakukan. Aku ingin menunjukkan hal itu.”

(DesiPrawita)



Jangan Remehkan Kesehatan Gusi

Bagian gigi yang tampak terlihat di rongga mulut dinamakan mahkota gigi. Sementara bagian bawah atau akar gigi tertanam dengan kuat di gusi dan jaringan tulang pendukungnya. Ibarat pohon, fungsi gusi dan jaringan tulang pendukung adalah sebagai akar yang berfungsi untuk menjaga agar posisi gigi tetap terjaga di rahang dan dapat melaksanakan fungsi kunyah dengan sebaik-baiknya. Oleh karena sangat pentingnya fungsi dari gusi sebagai jaringan penyangga, maka suatu kelainan dari gusi perlu diperhatikan juga, apalagi gusi merupakan jaringan terluar dari jaringan penyangga gigi.

Pada awalnya, gangguan gusi disebabkan oleh plak yaitu kumpulan bakteri dan sisa-sisa makanan yang melekat erat di rongga mulut (dalam hal ini melekat pada gigi, lidah, gusi, dan semua jaringan dalam mulut) yang bila tidak dibersihkan dengan baik dapat mengiritasi jaringan jaringan tersebut. Gusi pun bisa meradang bahkan membengkak (gingivitis). Pada tahap berikutnya terjadi peradangan di jaringan penyangga gigi yang lebih dalam (periodontitis), bahkan bila kondisi ini tidak segera diatasi, peradangan akan terus berlanjut sampai ke jaringan tulang sekitar gigi. Bila sudah mengenai jaringan tulang bahkan disertai kerusakan jaringan tulang, gigi akan goyang dan bila terus berlanjut maka gigi akan tanggal dengan sendirinya karena tidak ada lagi jaringan penyangga yang mendukungnya.

Masalah tidak berhenti di sini. Tanggalnya gigi menyebabkan gigi lawan dan gigi sebelahnya bergeser, akibatnya timbul celah di antara gigi geligi dan mengakibatkan makanan mudah



terjebak, selanjutnya akan terjadi proses seperti gigi yang tanggal sebelumnya.

Hal di atas hanya sebagai contoh dari kelainan satu gigi, tapi umumnya bila seseorang terkena kelainan gusi seperti ini, akan mencakup beberapa gigi bahkan sering juga mengenai keseluruhan gigi. Seringnya penderita tidak datang ke dokter gigi dengan keluhan bau mulut yang kurang nyaman, ini terjadi karena endapan/sisa makanan yang terjebak didalam gusi.

Di samping jaringan penyangga yang bermasalah, akibat dari makanan yang sering terjebak di antara gigi, maka gigi rentan untuk terjadi pengeroposan. Kondisi seperti ini dikeluhkan sering ngilu pada daerah tertentu tanpa tahu penyebab dan lokasi gigi yang bermasalah di mana. Sakitnya pun sangat mengganggu. Bila keadaan ini sudah terjadi, maka sebaiknya kita waspada.

Untuk mengetahui sudah

sejauh apa kelainan tersebut dibutuhkan *rontgen* foto, hal ini dapat digunakan untuk menunjang diagnosis yang tepat dan perawatan yang benar dan akurat. Oleh karena itu kita coba kenali hal-hal yang perlu diketahui tentang adanya kelainan pada gusi. Antara lain:

- Sering terselipnya makanan di antara gigi.
- Gusi mudah berdarah bila sikat gigi bahkan secara spontan.
- Terasa sangat ngilu bila terkena air/udara dingin, manis, dan asam
- Mengeluarkan bau tak sedap
- Pembengkakan pada gusi
- Gigi mulai goyang.

Sebaiknya bila ditemukan tanda-tanda seperti di atas maka segera konsultasi ke dokter gigi untuk mencegah kelainan yang dikawatirkan tidak timbul. Atau bila telah ditemukan adanya kelainan segera diatasi, karena lebih baik mencegah daripada mengobati. (*)



Gerbang masuk Kampung Cirendeuh

Kampung Cirendeuh

Jawa Barat memang terkenal memiliki banyak objek pariwisata daerah yang menarik. Tentunya banyak dari kita yang sering mendengar Kampung Naga, Kampung Cikondang, Kampung Urug sebagai beberapa diantara banyak kampung adat yang menawarkan kearifan lokal sebagai daya tariknya.

Penulis hendak menyajikan salah satu di antara kampung-kampung yang tersebar di Jawa Barat yaitu Kampung Cirendeuh. Mungkin tak banyak dari kita yang telah mendengar tempat yang satu ini. Namun tempat ini adalah salah satu kampung tradisi yang telah bertahan melewati lebih dari empat abad dengan tetap konsisten menjunjung keluhuran nilai-nilai budaya.

Perjalanan penulis menuju kampung tersebut berlangsung dengan lancar, warga sekitar kampung cukup ramah dan kooperatif dan langsung mengarahkan penulis bertemu langsung ke rumah Ketua RT. Dari

sana penulis diarahkan menuju ke balai desa untuk mengadakan tanya jawab seputar kampung Cirendeuh.

Gusti nu ngasih, Alam nu ngasih, Manusa nu ngasih merupakan slogan yang dipegang teguh oleh warga kampung Cirendeuh yang mementingkan sinergi dengan alam. Kampung Cirendeuh sendiri terletak di kelurahan Leuwigajah, Kecamatan Cimahi Selatan, Jawa Barat. Bagi pembaca yang sering berpergian ke Bandung mungkin tak asing dengan Tol Baros, Kampung Cirendeuh dapat ditempuh dalam waktu sekitar 30 menit dari pintu keluar Tol Baros. Satu hal yang menjadi ciri khas dari kampung ini ialah makanan pokoknya yang bukan beras seperti masyarakat Indonesia kebanyakan, melainkan singkong.

Pemilihan singkong sebagai bahan makanan pokok memiliki sejarah panjang yang cukup kelam. Pada jaman penjajahan Belanda, semua bahan makanan pokok yang memiliki nilai jual yang tinggi selalu harus diserahkan kepada

pemerintah kolonial sebagai upeti. Istilah dalam bahasa Sunda “Belanda mah ngajajah beuteung, lamun hayang dahar ngeunah kudu jadi baladna” yang dalam bahasa Indonesia berarti bangsa Belanda menjajah dengan membuat rakyat Indonesia kelaparan dan warga yang ingin makan enak harus menjadi mata-mata bagi Belanda. Para tetua adat di kampung ini mulai memikirkan berbagai alternatif untuk mengentaskan masyarakat desanya agar dapat merdeka secara pangan. Berbagai macam bahan makanan pokok alternatif telah dicoba mulai dari umbi-umbian hingga kacang-kacangan sebelum akhirnya terpilih singkong sebagai alternatifnya. Singkong dipilih sekaligus sebagai solusi pencegahan kemungkinan gagal panen karena singkong dapat ditanam dalam segala musim dan dapat dipanen sepanjang tahun. Singkong yang dipilih sebagai alternatif makanan pokok ini merupakan singkong pahit yang memiliki kandungan sianida yang cukup tinggi. Hal ini



Pemandangan Gajah Langu.

sebagai langkah untuk mencegah Belanda merampas singkong sebagai upeti. Cara pembuatan singkong pahit menjadi siap santap memiliki tahap-tahapan yang semula dirahasiakan dimana rahasia tersebut diwariskan secara turun-temurun menggunakan peralatan tradisional seperti kain dan *tanggog* (anyaman dari bambu). Setelah era kemerdekaan, proses pembuatan singkong menjadi siap santap tidak lagi dirahasiakan, lalu salah seorang tokoh adat yang bernama ibu Omah Asmanah pada tahun 1964 menerima piagam penghargaan dari pemerintah Cimahi sebagai pahlawan pangan karena mematenkan proses pembuatan singkong di kampung Cirendeudeu menjadi layak santap.

Selain digunakan sebagai makanan pokok, singkong hasil budidaya kampung tersebut juga digunakan sebagai bahan pembuat aneka ragam kue dan makanan ringan. Hal ini dikarenakan banyaknya permintaan pengunjung kampung Cirendeudeu yang acap kali menanyakan buah tangan yang dapat dibawa pulang. Tepung singkong yang menjadi substitusi tepung terigu ternyata memiliki rasa yang tak kalah lezat. Cirendeudeu telah menjadi sentra pembuatan kue sejak tahun 2008 silam dan hal tersebut membantu perekonomian warga secara positif.

Dari pengamatan penulis banyak diantara masyarakat

sekitar kampung Cirendeudeu turut serta mengkonsumsi singkong sebagai makanan pokok. Singkong sebagai bahan makanan pokok telah menjadi gaya hidup bagi warga sekitar kampung Cirendeudeu. Umumnya pada pagi hari kita dapat melihat secara langsung dari rumah ke rumah proses pembuatan singkong yang dilakukan oleh ibu rumah tangga yang umumnya dilakukan di halaman atau pelataran rumah warga.

Masyarakat kampung Cirendeudeu memiliki hutan lindung sendiri yang disebut hutan Larangan dan hutan Tutupan. Hutan Larangan tidak boleh dimasuki oleh masyarakat umum dalam kondisi apapun, hanya warga adat yang boleh masuk dengan tujuan menjaga kondisi sumber mata air agar tidak rusak, yang dimungkinkan untuk dikunjungi adalah jika masyarakat umum hendak berkunjung ke hutan Tutupan. Hal tersebut dimungkinkan dengan pendampingan oleh warga adat.

Ternyata hutan Tutupan memiliki *spot* yang menarik untuk memotret pemandangan kota Bandung. Bagi pengunjung yang belum merasa puas sebelum *selfie* ria, tak ada salahnya untuk meluangkan sedikit waktu untuk mengunjungi tempat ini. Syarat mutlak yang harus dilakukan jika ingin mengunjungi **Hutan Baladahan** yaitu merupakan salah satu daerah hutan



Perjalanan menuju Gajah Langu.

tutupan ini ialah pengunjung tidak boleh mengenakan alas kaki. Spot favorit penulis untuk berfoto ria adalah Batu Cadas Gantung atau sering juga disebut Gajah Langu. Tempat ini dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih satu jam berjalan kaki dari kampung Cirendeudeu. Dalam perjalanan menuju *spot* tersebut, pengunjung akan dimanjakan dengan lansekap lahan tanam singkong berdampingan dengan pemandangan alam yang asri. Sesampainya di Batu Cadas Gantung, pengunjung kembali dimanjakan dengan pemandangan hampir 180° kota Bandung dan sekitarnya.

Sinergi masyarakat Cirendeudeu dengan pihak TNI juga sempat terjadi dalam komando Kolonel Edi Sudrajat. Beliau yang lahir di Jambi memiliki ketertarikan khusus akan adat istiadat masyarakat Sunda dan masyarakat Kampung Cirendeudeu pada khususnya. Pada masa Beliau menjabat, Beliau sempat mengadakan upacara kenaikan

pangkat militer beberapa angkatan pada balai desa kampung Cirendeude pada tahun 2004 silam sebagai penghargaan atas sinergi yang terjadi.

Bila Kampung Naga di Tasikmalaya masih mempertahankan rumah-rumah adat yang diwariskan dan dirawat turun temurun, masyarakat Kampung Cirendeude menerima kemajuan jaman sehingga rumah-rumah warga sudah terbuat dari tembok batu. Dan bila masyarakat Kampung Naga telah meninggalkan aliran kepercayaan dan mulai berafiliasi memeluk agama yang sah di Indonesia, Masyarakat Cirendeude masih memegang teguh ajaran leluhur atau ajaran tradisi walaupun hingga saat ini penganut aliran kepercayaan masih belum diakui oleh pemerintah. Kepercayaan adat ini menjadi penyebab berbagai kesulitan tersendiri bagi warga seperti kesulitan dalam pendidikan karena dalam pengisian formulir-formulir administrasi tidak dapat mengisi kolom agama, sulit dalam membuat rekening di bank swasta, dan pembuatan beberapa akta-akta lainnya. Berbagai macam peneliti yang telah mengunjungi kampung ini memberikan klasifikasinya masing-masing

terhadap kepercayaan yang dianut oleh warga Cirendeude diantaranya kepercayaan Madraisme, ajaran Jawa Sunda, Sunda Karuhun atau Sunda Wiwitan.

Seperti kebanyakan kampung adat lainnya, warga Cirendeude sering mengadakan upacara adat pada acara-acara pernikahan, kelahiran, kematian, dan puncaknya pada ritual tahunan yaitu Syura-an atau tahun baru Saka Sunda yang tahun ini jatuh pada bulan Oktober. Acara Upacara Syura-an ini dirayakan sebagai rasa syukur masyarakat adat atas rahmat dari yang Mahakuasa dan biasanya dirayakan secara besar-besaran. Dari tahun ke tahun berbagai instansi pemerintah, perwakilan kampung adat lain, komunitas, kelompok dan kalangan rutin turut serta memberikan kontribusi dalam acara ini. Syura-an dilangsungkan sehari penuh, ritual dimulai dari pagi hari dengan melakukan “ngajayak” (keliling kampung) dari gerbang desa yang berakhir di balai desa. Sesampainya di balai desa, rombongan disambut dengan iring-iringan musik angklung buncis, gending. Setelah semua rombongan sampai ke balai, sesepuh desa memberikan kata sambutan yang dilanjutkan acara

ngurah tumpeng yang berasal dari singkong.

Malam harinya, rombongan kembali melakukan ritual keliling kampung membawa obor. Seusai keliling membawa obor di balai desa kembali diadakan acara-acara pentas seni seperti kidung bumi segandu, jaipongan, pencak silat, karinding, calung, marawis, dan biasanya ditutup dengan penampilan wayang golek. Menurut sensus terakhir yang dilakukan oleh pemerintah, warga kampung Cirendeude berjumlah 70 kepala keluarga. Ke tujuh puluh kepala keluarga, masyarakat sekitar dan segenap kalangan yang hadir turut memberikan sumbangsuhnya dalam caranya masing-masing demi mensukseskan acara ini.

Sekian cerita yang didapat dari perjalanan penulis ke kampung Cirendeude. Besar harapan masyarakat kampung Cirendeude agar pemerintah membuat undang-undang tersendiri yang intinya mempermudah masyarakat untuk menikmati hak-haknya sebagai warga negara yang seringkali terkendala karena tidak memiliki agama. Tak berlebihan rasanya bila Kampung Cirendeude dapat menjadi salah satu tempat yang menarik untuk dikunjungi bagi pecinta sejarah dan budaya. (*)



Proses penjemuran singkong.



Produk sentra kue.



Humas B Mengusung Sem

Organisasi yang ideal adalah organisasi yang setiap unsur internalnya menyadari bahwa setiap anggota organisasi sesungguhnya merupakan **Humas** bagi organisasinya.

Level Up!

eselon III

(Subdit Humas dan Penyuluhan)



eselon IV

(Seksi Humas dan Publikasi)

Subdit Humas dan Penyuluhan (Dit. PPKC)



Subdit Komunikasi dan Publikasi &

Subdit Penyuluhan dan Layanan Informasi (Dit. KIAL)

Target!

-  Maintenance reputasi dan citra
-  Jembatan komunikasi antar instansi dan publik
-  Mutual Benefit Relationship

Evolution!



Re-Bre



Bea Cukai Sangat Perubahan



Quick Win!

-  *Stakeholder Engagement*
-  *Communication Inteligent*
-  *Public Opinion Building*
-  *Spokes Person Strenghtening*



New Items!



BEA CUKAI
Makin Baik

Inding!!



BEA CUKAI TANJUNG PERAK SOSIALISASIKAN PELAKSANAAN IMPOR



SURABAYA – Bea Cukai Tanjung Perak mengadakan dua sosialisasi terkait PER-12/BC/2016, PER-16/BC/2016, PER-20/BC/2016 untuk mempercepat *dwelling time* di dua tempat yang berbeda. Pertama di Terminal Teluk Lamong (21/07) dan kedua di PT Terminal Peti Kemas Surabaya (25/07). Total kehadiran ialah 93 orang yang terdiri dari importir dan PPJK. Beberapa poin penting yang disampaikan oleh narasumber di antaranya ketentuan PIB, ketentuan pengajuan dokumen pelengkap pabean, pemeriksaan fisik, NDPBM untuk PIB, tujuan pemeriksaan fisik, tingkat pemeriksaan fisik, dan perubahan dalam PIB. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan agar importir dan PPJK segera melakukan adaptasi atas regulasi terbaru. Selain itu, peran serta TPS juga sangat dibutuhkan mengingat TPS akan turut andil dalam pemeriksaan fisik barang impor apabila importir/pemilik barang tidak dapat menghadiri pemeriksaan di lapangan pemeriksaan. Regulasi terbaru ini rencana akan dilaksanakan secara *mandatory* per 18 Agustus 2016 sehingga semua pihak yang berkepentingan harus memiliki pengetahuan atas perubahan ini dan segera menindaklanjutinya dengan melakukan persiapan.



BEA CUKAI BELAWAN SOSIALISASIKAN MPNG2

29/6 **BELAWAN** – Bea Cukai Belawan menyelenggarakan sosialisasi kepada pengguna jasa kepabeanan dengan materi berupa Peraturan Menteri Keuangan Nomor 40/PMK.04/2016 tentang Pembayaran dan/atau Penyetoran Penerimaan Negara dalam Rangka Kepabeanan dan Cukai secara Elektronik serta Simulasi Pembayaran/Penyetoran Penerimaan Negara secara Manual pada Rabu (29/06). Penerbitan PMK tersebut dilatarbelakangi oleh adanya rencana implementasi penuh kegiatan pembayaran penerimaan negara secara elektronik (MPN G-2) di semua satker Bea Cukai mulai 1 Juli 2016, perlunya penyempurnaan penatausahaan dan pertanggungjawaban penerimaan negara dengan pemanfaatan teknologi informasi, serta perlunya payung hukum kegiatan pembayaran dan penyetoran kepabeanan dan cukai secara elektronik. PMK tersebut juga mengatur mengenai pembayaran/penyetoran penerimaan negara secara manual serta fasilitas koreksi billing dalam rangka pelayanan kepabeanan dan cukai. Pembayaran/penyetoran penerimaan negara secara manual dapat dilakukan dalam hal sistem billing mengalami gangguan atau pembayaran penerimaan di daerah perbatasan/daerah lain yang lokasinya jauh dari lokasi bank/pos persepsi. Untuk lebih memudahkan pemahaman para peserta, dilakukan simulasi pembayaran/penyetoran penerimaan negara secara manual.

BEA CUKAI SURAKARTA NGLURUG CAR FREE DAY

24/7 **SOLO** – Bea Cukai Surakarta mengadakan kegiatan kehumasan dan sosialisasi di CFD Solo dengan menyediakan angkringan gratis bagi para pengunjung. Acara bertajuk “Bea Cukai Nglurug *Car Free Day*” ini digelar di pertigaan Sriwedari Jl. Slamet Riyadi, Minggu (24/07). TA TV turut mendukung berlangsungnya acara ini dengan menghadirkan presenter ternama yaitu Lik Manteb. Acara dimulai dengan senam jantung sehat, dilanjutkan dengan presentasi pengenalan Bea Cukai ke masyarakat yang dibawakan langsung oleh Kepala Kantor Bea Cukai Surakarta Kunto Prasti Trenggono. Selain itu acara juga diramaikan dengan sosialisasi ketentuan cukai, barang bawaan penumpang, dan kiriman pos. Tidak ketinggalan, satu sesi yang sukses menarik perhatian adalah sosialisasi tugas dan fungsi K9 disertai demo anjing pelacak. Acara ditutup dengan menerbangkan balon ke udara disertai spanduk “Bea Cukai Makin Baik” diiringi doa dan harapan mendalam semoga Bea Cukai semakin baik lagi dalam mengemban tugasnya dan lebih dekat di hati masyarakat.





DELEGASI RUSIA KUNJUNGI KANTOR PUSAT BEA CUKAI

11/7 JAKARTA – Direktur Jenderal Bea dan Cukai, Heru Pambudi menerima kunjungan Wakil Dubes Kedutaan Besar Rusia di Indonesia Alexander Shilin di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai pada Senin (11/07). Selama ini Bea Cukai belum memiliki kerja sama bilateral bidang kepabeanan dengan pihak Rusia maka kunjungan ini bermaksud untuk membicarakan jalinan kerja sama bilateral di bidang kepabeanan antara Indonesia dan Rusia yang selama ini hanya terjalin melalui forum kerja sama multilateral sebagai sesama anggota World Customs Organization (WCO). Pihak Rusia juga mengundang Heru dan jajaran pejabat Bea Cukai untuk menghadiri The XVII International Exhibition Customs Service pada tanggal 25-26 Oktober 2016 di Moscow Rusia, yang merupakan kegiatan rutin tahunan dari Federal Customs Service Of The Russian Federation.

BEA CUKAI BANDUNG SOSIALISASIKAN DBHCHT DI PEMKAB BANDUNG

18/5 BANDUNG – Rabu (20/07) bertempat di Bale Sawala, Komplek Pemda Kabupaten Bandung, telah berlangsung sosialisasi ketentuan Cukai Hasil Tembakau yang diselenggarakan oleh Sekretaris Daerah (SETDA) Kabupaten Bandung dengan mengundang narasumber Kasi PLI Bea Cukai Bandung, Bety. Acara ini dihadiri oleh 60 peserta, yang terdiri dari Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kab. Bandung dan petani tembakau serta para penerima Dana Bagi Hasil Cukai dan Hasil Tembakau (DBHCHT) di lingkungan Kabupaten Bandung. Materi yang dipaparkan adalah pengantar cukai, DBHCHT, rokok ilegal serta identifikasi pita cukai, sanksi dan pengawasan di bidang cukai, audit di bidang cukai dan kewenangan pejabat Bea Cukai, dan diselengi dengan pemutaran video. Narasumber lainnya dari Dirjen Perimbangan Keuangan Negara Kementerian Keuangan menyampaikan Peraturan terbaru terkait DBHCHT, yaitu Peraturan Menteri Keuangan Nomor: 28/PMK.07/2016 tentang Penggunaan, Pemantauan dan Evaluasi DBHCHT. Sedangkan narasumber dari Bidang Perekonomian Setda Kabupaten Bandung menyampaikan permasalahan terkait alokasi pembagian dan pemanfaatan DBHCHT di Kabupaten Bandung.



BEA CUKAI JALIN KERJA SAMA DENGAN PERURI

21/7 JAKARTA – Bertempat di Kantor Pusat Bea Cukai, Direktur Jenderal Bea Cukai Heru Pambudi, Bersama Direktur Teknis dan Fasilitas Cukai, Marisi Zainudin Sihotang, menerima kunjungan dari Direktur Utama Perum Peruri, Direktur PT Pura Nusa Persada, dan Direktur PT. Kerts Padalarang beserta para jajarannya pada Kamis (21/07). Pertemuan dua instansi ini membahas beberapa hal, salah satunya adalah apa yang diperlukan untuk membangun kerja sama yang baik antar instansi. Heru menyebutkan bahwa kesepahaman antara kedua belah pihak merupakan hal yang penting dalam hal tersebut. Selain itu trust (kepercayaan) antara keduanya juga merupakan kunci untuk menjaga hubungan baik antar pihak. Heru juga mengusulkan untuk diadakan pertemuan rutin untuk membicarakan dan membahas isu-isu terkini, hal tersebut disambut baik oleh Perum Peruri, PT. Pura Nusa Persada, dan PT. Kerts Padalarang.



NETHERLANDS DRONE EAGLES

ELANG PENANGKAP DRONE ILEGA



Drone (*Unmanned Aerial Vehicle*) kini sedang naik daun. Alat yang pada dasarnya merupakan mesin terbang tanpa kendali dalam badannya ini, oleh manusia dikendalikan dari jarak jauh atau malah bekerja secara mandiri.

Untuk mengangkat tubuhnya di udara, mesin terbang ini menggunakan hukum aerodinamika. Pada awalnya, *drone* digunakan untuk keperluan militer. Bahkan hingga hari ini, teknologi *drone* untuk militer semakin canggih dan mengagumkan. Namun, banyak pula *drone* yang telah diciptakan untuk keperluan non militer. Misalnya untuk keperluan pengambilan gambar dan video pada bidang perfilman dan penelitian. Anda yang orang awam pun bisa memiliki *drone* hanya untuk sekedar hobi apabila

memang mampu membeli pesawat tanpa awak ini.

Kehadiran *drone*, atau pesawat tanpa awak memang semakin bermanfaat, Penggunaan *drone* menjadi amat lazim. Kini banyak orang punya akses kepemilikan *drone*, namun di tangan yang salah *drone* bisa menjadi gangguan bahkan menimbulkan bahaya. Alhasil, menyebabkan kecelakaan. Bagaimana pun, *drone* bisa juga digunakan secara pribadi dengan tujuan untuk menyalahgunakan teknologi ini, menyebabkan kerusakan, dan melukai seseorang atau bahkan membawa barang-barang ilegal.

Mengantisipasi hal tersebut, saat ini di beberapa negara sedang menggiatkan pengawasan terhadap pemakaian *drone* secara ilegal yang bisa membahayakan. Salah satunya seperti yang dilakukan pihak Kepolisian Belanda, caranya dengan melatih

burung elang untuk menangkap *drone ilegal*. Menurut pihak Kepolisian setempat, hasil pengujian memperlihatkan burung pemangsa amat efisien dalam menemukan dan menangkap *drone* berbahaya di atas langit.

Memang, di tangan yang salah *drone* bisa menjadi gangguan, bahkan berbahaya, itulah mengapa Kepolisian Belanda mengerjakan proyek perdana pelatihan burung pemangsa seperti elang gagah ini untuk membawa turun *drone ilegal*. Burung dilatih dengan baik untuk melihat objek dengan karakter khusus. Dalam hal ini adalah *drone* yang bisa ditangkap elang ini dan dibawa turun.

Kepolisian Belanda bekerja sama dengan perusahaan asal Den Haag yang melatih elang dan burung pemangsa lainnya untuk menangkap *drone* kecil dan mencengkeram dengan cakarnya. Mereka membuat fungsi naluri alami burung. Untuk menangani permasalahan *drone* yang terbang di area terbatas atau terlarang seperti even besar di luar ruangan.

Dari hasil pengujian yang dilakukan, pada dasarnya elang tidak memiliki masalah untuk menangkap semua *drone* yang hadir dengan berbagai bentuk dan ukuran dan banyak diantaranya yang terlalu besar, bahkan untuk ditangkap oleh cakar burung besar ini. Apa yang dilakukan dengan pengujian dan pelatihan burung elang ini dikarenakan burung amat efisien dalam menangkap *drone* di udara dan membawanya turun. Jika pengujian terus berlanjut sesuai rencana, maka Kepolisian Belanda akan memutuskan di tahun ini menugaskan burung elang sebagai pasukan penangkap *drone* ilegal.

(Ariessuryantini)

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 94/PMK.04/2016 tentang Pemberitahuan Barang Kena Cukai yang Selesai Dibuat

Latar Belakang

Dalam rangka mengikuti perkembangan teknologi terutama teknologi pada poses produksi Barang Kena Cukai (BKC) dan menyelaraskan ketentuan mengenai BKC selesai dibuat, telah diterbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 94/PMK.04/2016 tentang Pemberitahuan Barang Kena Cukai yang Selesai Dibuat (PMK-94). PMK-94 merupakan peraturan pengganti dari

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 111/PMK.04/2008 tentang Pemberitahuan Barang Kena Cukai yang Selesai Dibuat sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 156/PMK.04/2012 yang telah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pokok Pengaturan

Pokok-pokok pengaturan dalam PMK-94 yaitu sebagai berikut:

- Memperjelas definisi BKC

seperti Hasil Tembakau (Sigaret, Cerutu, Rokok Daun, Tembakau Iris), Etil Alkohol, Minuman Mengandung Etil Alkohol, Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya;

- Memperjelas definisi dikemas untuk penjualan eceran, pembukuan, dan pencatatan;
- Ketentuan saat pengenaan BKC yang selesai dibuat dan ketentuan BKC yang selesai dibuat yang harus diberitahukan kepada Kepala Kantor, sebagai berikut:

Jenis BKC	Saat Pengenaan Barang Kena Cukai Yang Selesai Dibuat	Saat Pemberitahuan Barang Kena Cukai Yang Selesai Dibuat
1. Etil Alkohol	setelah menghasilkan barang cair, jernih, dan tidak berwarna (C ₂ H ₅ OH)	yang berada pada tangki penampungan hasil produksi
2. MMEA	setelah menghasilkan barang cair yang lazim disebut MMEA	yang telah dikemas untuk penjualan eceran
3. Hasil Tembakau:		
a. Sigaret	setelah selesai dibalut dengan kertas dengan cara dilinting	yang telah dikemas untuk penjualan eceran
b. Cerutu	setelah selesai digulung demikian rupa dengan daun tembakau	yang telah dikemas untuk penjualan eceran
c. Rokok Daun	tembakau yang dibuat dengan daun nipah, daun jagung (klobot), atau sejenisnya, telah selesai dilinting.	yang telah dikemas untuk penjualan eceran
d. Tembakau Iris	saat proses pengolahan daun tembakau telah selesai dirajang	Tembakau Iris yang dikemas

PMK : link download pdf peraturan terkait



Mudik Bareng Bea Cukai.
kegiatan spontanitas yang cukup banyak diminati pegawai.

Mudik Bareng Bea Cukai Melestarikan Tradisi Pulang Kampung

Mudik menjelang lebaran seakan sudah menjadi tradisi di Indonesia, setelah setahun bahkan beberapa tahun bergelut di perantauan atau kota besar, tentunya rasa rindu akan kampung halaman menjadi sangat terasa di hari-hari menjelang Idul Fitri. Suasana lebaran yang tidak ditemui di kota besar, hingga berbagai jenis makanan yang hanya ada di hari raya lebaran menambah rasa rindu dan kangen kampung halaman semakin menjadi untuk segera dilaksanakan.

Jika tujuh hari menjelang hari raya Idul Fitri masyarakat di perkotaan mulai bergerak menuju kampung halaman, pada saat itu juga banyak moda transportasi yang dijadikan andalan untuk pemudik agar sampai ke kampung

halaman. Mulai dari mudik bareng bersama instansi tempatnya bekerja atau ikuti program mudik bareng dengan instansi pemerintah yang diselenggarakan secara cuma-cuma. Tersedianya beragam alat transportasi, pesawat, kapal, kereta api, bis, kendaraan pribadi, hingga sepeda motor, menjadi pilihan masing-masing insan untuk sampai ke kampung halamannya.

Tantangan macet di jalan hingga puluhan jam waktu yang ditempuh untuk sampai di kampung halaman, tidak menyurutkan niat dan keinginan masyarakat agar bisa berkumpul bersama sanak saudara di kampung. Bahkan mereka menjadikan kemacetan sebagai hiburan sehingga menjadi slogan mudik tidak macet terasa hambar dan tidak menarik.

Jika saat ini banyak

perusahaan swasta besar mengadakan mudik bareng dengan tujuan meringankan beban masyarakat agar mereka dapat mudik ke kampung halaman, kegiatan ini juga diikuti oleh instansi pemerintah yang mengadakan mudik bareng bersama jajaran pegawainya ke beberapa kota di Pulau Jawa.

Salah satu instansi pemerintah yang juga mengadakan kegiatan mudik bareng adalah Bea Cukai. Kendati acara mudik bareng ini tidak menjadi agenda resmi dari Bea Cukai, namun kegiatan tersebut sudah tiga kali berturut-turut diselenggarakan dengan jumlah peminat yang tidak berkurang tiap tahunnya. Acara mudik bareng Bea Cukai ini sendiri diprakarsai oleh Kepala Sub Bagian Persuratan dan Kearsipan Bagian Umum Kantor Pusat, **Suko Wibowo** yang

ingin meringankan para pegawai seputar Kantor Pusat Bea Cukai untuk bisa mudik bareng karena tidak perlu susah lagi mencari tiket.

Namun demikian, kendati sudah berjalan selama tiga tahun, masih banyak pegawai yang belum mengetahui kegiatan mudik bareng ini, minimnya sosialisasi yang disampaikan kepada pegawai yang hanya mengandalkan media sosial saja, membuat peserta yang ikut tidak bertambah secara signifikan. Padahal biaya yang dikeluarkan untuk mudik bareng per orang ini tidak besar bahkan cenderung lebih nyaman karena tidak perlu repot untuk mencari tiket dan bus ke daerah tujuan.

“Untuk tiket per orangnya itu hampir tidak sama, untuk pegawai tentunya berbeda dengan tiket pramubhakti atau Petugas Keamanan Dalam

(PKD), jadi kami menggunakan sistem subsidi silang sehingga bukan hanya meringankan tapi juga ikut beramal di bulan yang penuh rahmat ini. Rencananya, sistem subsidi silang ini akan terus digunakan selagi masih ada pegawai yang menginginkan program terus berjalan,” papar Suko.

Sebagai kegiatan spontanitas dan tidak masuk agenda resmi Bea Cukai, acara mudik bareng memang memiliki manfaat yang cukup baik bagi peserta yang ikut, tanpa harus khawatir berhimpitan dengan penumpang lain, tertinggal bus, dan tidak terangkut, atau dengan kata lain acara mudik bareng ini membuat peserta seperti menggunakan kendaraan pribadi untuk sampai ke kampung halamannya.

“Untuk transportasi

mudik lebih baik, cepat, dan aman memang kereta api, namun saat ini untuk mendapatkan tiket kereta api cukup sulit, dari kondisi inilah kami berniat mengumpulkan pegawai seputar kantor pusat untuk mudik bersama-sama dengan menggunakan transportasi bis. Bis yang digunakan juga yang baik dengan fasilitas yang lengkap sehingga tidak mengurangi kenyamanan saat menempuh perjalanan jauh,” ungkap Suko.

Lebih lanjut dijelaskan, adapun untuk tujuan pemudik hingga di tahun ketiga ini masih dibatasi seputar wilayah “Joglo Semarang” atau Yogyakarta, Solo, dan Semarang. Sedangkan untuk wilayah lainnya belum diadakan karena peminatnya pun belum ada. Satu hal yang perlu digarisbawahi pada program mudik bareng Bea Cukai ini adalah dalam pelaksanaan mudik



Istirahat.
Lolos dari kemacetan panjang istirahat baru dapat dilakukan setelah pukul 8.00 pagi.



Keceriaan di dalam Bus.
Walaupun harus menghadapi kemacetan panjang, namun peserta mudik bareng tetap ceria di dalam bus.

bareng tidak hanya ditujukan untuk pegawai saja, para pramubhakti dan PKD pun bisa ikut ambil bagian dalam kegiatan ini. “Untuk pegawai pun jika ingin menitipkan asisten rumah tangganya untuk mudik bareng juga bisa mengikuti kegiatan ini, jadi mudik bareng Bea Cukai tidak hanya untuk orang Bea Cukai tapi juga keluarga dan lingkungan keluarganya juga bisa ikut dalam program mudik bareng,” Papar Suko.

Suko juga mengakui untuk mewujudkan mudik bareng ini, ia dibantu oleh komunitas Customs Bis Mania yang memiliki

pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan perjalanan jauh. Sehingga mulai dari promosi sampai pemesanan bus pun dapat berjalan sesuai dengan rencana. “Selain menggunakan media sosial, kami dibantu oleh komunitas Customs Bis Mania untuk menyebarkan informasi mudik bareng ini kepada seluruh pegawai di seputar kantor pusat, dengan informasi diharapkan peminat semakin bertambah sehingga mudik bareng Bea Cukai dapat dilaksanakan dengan lebih banyak peminat lagi,” ujarnya.

Untuk tahun ini mudik bareng Bea Cukai dilaksanakan pada

tanggal 1 Juli 2016, tanggal ini dijadwalkan karena bertepatan dengan hari terakhir kerja sehingga tidak menghalangi pegawai yang tidak bisa ambil cuti atau memang yang tidak ambil cuti untuk jadwal pulang kampungnya. Sementara itu, armada yang dipercayai pada tahun ini adalah bus Gunung Mulia, dengan pengemudi yang memang sudah sangat hafal perjalanan dari Jakarta hingga Solo.

Tiba pada hari keberangkatan, para peserta mudik bareng telah siap di halaman parkir kantor pusat Bea Cukai pukul 16.00 WIB. Adapun peserta yang ikut cukup banyak yang terdiri dari pegawai seputar kantor pusat, pramubhakti, PKD, dan asisten rumah tangga pegawai.

Seperti tahun-tahun sebelumnya jika musim mudik pastinya perjalanan akan macet, maka persiapan konsumsi untuk berbuka pun turut disiapkan agar para peserta dapat berbuka puasa di bus sebelum akhirnya berhenti di rumah makan untuk beristirahat. Namun perjalanan mudik tahun ini rupanya berbeda dengan tahun sebelumnya. Seperti yang disampaikan oleh **Ghani** yang merupakan ketua rombongan perjalanan mudik Bea Cukai, kalau untuk sampai di tujuan mudik kali ini harus ditempuh hingga 30 jam.

“Awalnya kami berangkat pukul 16.30 WIB dari kantor pusat dan masuk jalan tol Cikampek cukup lancar hingga menjelang masuk ke rumah makan Cipali pukul 19.40 WIB. Namun begitu keluar tol perjalanan mulai terhambat hingga keluar tol Brebes Timur sudah masuk waktu subuh,” kata Ghani.

Sebelumnya Ghani juga menjelaskan, dengan perjalanan yang cukup santai memungkinkan bus masuk rumah makan tepat setelah waktu berbuka puasa, namun kondisi rumah makan yang cukup ramai karena banyak bus



Rela Antri Makan. Suasana mudik yang ramai mengharuskan peserta harus rela antri makanan lama-lama di rumah makan tol Cipali.

juga yang berhenti untuk istirahat, mengakibatkan peserta mudik Bea Cukai harus rela antri cukup lama untuk mendapatkan menu pilihan makanannya.

Kemacetan perjalanan mudik tahun ini memang diluar dugaan semua pihak, tol yang telah menghubungkan Jakarta hingga Brebes dan diharapkan dapat mempersingkat waktu perjalanan, ternyata menjadi sumber kemacetan hingga puluhan kilometer dan waktu yang dihabiskan untuk bisa keluar “Brexit” pun menjadi belasan jam.

“Ada pengalaman menarik saat kami akan sahur. Kemacetan tol yang dirasa tidak memungkinkan untuk diteruskan, akhirnya kami memutuskan untuk keluar di pintu tol Cileduk (setelah pintu tol Kanci ke arah Pejagan). Melalui jalan yang cukup sempit namun terbilang lancar akhirnya kami sampai di daerah Tegal. Tapi di jalan tidak ditemukan rumah

makan, bahkan yang lebih parah lagi, jalan yang kami lalui ini ternyata sangat sempit dan tidak memungkinkan kami untuk berhenti karena bisa menimbulkan kemacetan panjang nantinya,” cerita Ghani.

Masih menurutnya, akhirnya agar bisa tetap sahur mereka pun meminta salah satu panitia, yaitu Fauzi untuk membeli makanan di minimarket. Karena bus tidak bisa berhenti, akhirnya Fauzi dengan membawa makanan sahur harus berlari sejauh 1,5 Km mengejar bus yang tidak bisa berhenti disisi jalan tersebut.

“Walaupun kami sahur hanya dengan roti saja, itu sudah cukup untuk mengisi perut karena yang utama adalah niat kami berpuasa dan Insya Allah tetap kami jalani walaupun dalam perjalanan mudik ke kampung halaman,” tutur Ghani.

Perjalanan mudik memang banyak mendapatkan cerita baik

suka maupun duka, jika tahun ini kemacetan dirasa sangat parah bahkan sampai menimbulkan korban jiwa, karena macet yang mencapai puluhan kilometer, namun semua tidak menyurutkan niat para pemudik untuk menuju kampung halaman. Demikian halnya yang dialami oleh peserta mudik bareng Bea Cukai, walaupun harus antri untuk mendapatkan makanan dan saur hanya dengan makanan seadanya, kesemuanya dirasakan dengan penuh suka cita tanpa ada rasa penyesalan.

“Alhamdulillah, selepas Tegal kami bisa berjalan dengan normal kembali, walaupun masih ada beberapa titik kemacetan namun tidak separah di Cipali hingga Brebes. Bahkan kami menyempatkan diri untuk beristirahat di rumah makan untuk sekedar mengendurkan kaki-kaki dan mandi karena seharian badan penat duduk di dalam bus,” ungkap Ghani.

Setelah menempuh kemacetan yang luar biasa, perjalanan mudik dapat sampai di tujuan dengan selamat tanpa kurang satu apapun. Memang tidak semua peserta turun di seputar Joglo Semar, ada juga yang turun di Pemalang, Tegal, dan kota-kota di sekitarnya. Mereka pun dapat merayakan hari kemenangan bersama sanak keluarga di kampung halaman.

Perjalanan yang nyaman untuk mudik memang sangat diharapkan oleh semua pihak, dan program mudik bareng Bea Cukai walaupun bukan bagian dari program kerjanya, ternyata telah memberikan kenyamanan dan keamanan untuk pegawainya mudik ke kampung halaman. Semoga di tahun-tahun mendatang program tetap berjalan sesuai dengan kebutuhan pegawai Bea Cukai untuk melestarikan tradisi mudik ke kampung halaman saat Hari Raya Idul Fitri.

(Supriyadi)

Petugas Hanggar Mengawasi Fasilitas Ekspor dan Impor



Petugas menyegel sarana pengangkut.

Tidak mudah bagi Kasmani sebagai petugas Exim di PT Citra Abadi Sejati untuk menyakinkan pihak manajemen dalam melakukan perubahan atau perpindahan dari satu sistem fasilitas ke sistem yang

lain dalam hal pengurusan prosedur ekspor/impor barang yang dibutuhkan perusahaan tersebut. Kasmani yang sudah puluhan tahun bekerja pada perusahaan garment itu telah merasakan berbagai permasalahan dalam mengurus surat atau perizinan

yang berhubungan dengan pihak pemerintah, termasuk di dalamnya Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC).

Tujuan utama pemerintah dengan pemberian fasilitas atau kemudahan ekspor adalah untuk memberikan insentif bagi produsen yang berorientasi ekspor terutama non migas yang sebagian bahan bakunya untuk produksi masih mengandalkan barang/ bahan impor sehingga nantinya produk ekspor tersebut dapat bersaing di pasaran internasional.

Kasmani menuturkan bahwa fasilitas yang diberikan pemerintah dalam rangka impor maupun ekspor selama dia bekerja di perusahaan itu sudah beberapa kali mengalami perubahan. Mulai dari BAPEKSTA Keuangan (Badan Pelayanan Kemudahan Ekspor dan Pengolahan Data Keuangan) yang mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan kemudahan ekspor. Lalu kemudian berubah menjadi BINTEK (Badan Informasi dan Teknologi Keuangan), KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) dan sekarang KB (Kawasan Berikat).

Perjalanan sejarah mencatat bahwa dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 Tahun 1985, dimana sebagian kewenangan pelayanan dan pengawasan DJBC beralih ke *Societe Generale de Surveillance (SGS)*. Dengan pengurangan tersebut maka pelayanan fasilitas kemudahan ekspor dialihkan kepada Pusat Pengelolaan Pembebasan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM). Setelah selama sepuluh tahun kemudian, barulah kewenangan itu kembali berganti nama dan berada pada struktur organisasi Departemen Keuangan setingkat Eselon I menjadi Bapeksta. Kemudian pada Tahun 1995 keluar Undang-Undang Nomor 10 tentang Kepabeanan, dimana untuk fasilitas kemudahan ekspor diatur dalam pasal 25, walaupun



Kegiatan industri garment.

pelayanannya tetap berada pada Bapeksta.

Pada waktu perusahaan mendapat fasilitas Bapeksta, pihak perusahaan harus menyerahkan jaminan berupa jaminan Bank yang disebut dengan *Customs Bond* atau Surat Sanggup Bayar (SSB) kepada Bapeksta Keuangan sebesar bea masuk dan atau cukai, PPN dan PPnBM yang terutang sebelum pengeluaran barang dilakukan. Kasmani berpendapat, keadaan pada saat itu membuat pihak perusahaan kesulitan dalam hal *cash flow* karena ada dana yang terpendam dan pada akhirnya produk yang dihasilkan sulit bersaing di pasar

internasional.

Dengan berkembangnya fasilitas kemudahan ekspor serta seiring dengan adanya reorganisasi di jajaran Departemen Keuangan pada Desember 2000, Bapeksta berganti nama menjadi Bintel yang dipimpin unit eselon satu. Pada saat itu posisi Bapeksta yang menangani fasilitas kemudahan ekspor menjadi bagian dalam tugas yang dilaksanakan oleh Bintel. Waktu itu, sebenarnya terjadi dua tugas yang saling bertolak belakang di Bintel, dimana yang satu menangani fasilitas kemudahan ekspor dan yang satunya khusus menangani

informasi dan teknologi keuangan. Sehingga apa yang menjadi tugas utama Bintek sesuai dengan namanya menjadi rancu.

Setelah tiga tahun berjalan pelayanan fasilitas Bintek, tepatnya tahun 2003 terjadi lagi reorganisasi di jajaran Departemen Keuangan, yang salah satunya menghapus kedudukan Bintek pada jajaran eselon satu dan dikembalikan kepada jajaran eselon dua. Dengan penghapusan Bintek, pelayanan fasilitas kemudahan ekspor dikembalikan kepada DJBC, yang secara fungsi dan tugasnya sejak dulu juga telah melayani fasilitas tersebut.

Untuk mengisi kekosongan tugas setelah Bintek dihapus, keluarlah Keputusan Menteri Keuangan Nomor 129/PMK.04/2003 tentang pembebasan dan/atau pengembalian bea masuk, cukai, serta PPN dan PPnBM tidak dipungut atas impor barang dan/atau bahan untuk diolah, dirakit atau dipasang pada barang lain dengan tujuan untuk diekspor dan pengawasannya.

Keputusan tersebut hanyalah sebagai transisi sebelum sepenuhnya pelayanan

Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE) dijalani oleh DJBC. Dan pada Desember 2003 dikeluarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 580/KMK.04/2003 tentang Tatalaksana Kemudahan Impor Tujuan Ekspor dan Pengawasannya. Sejak itu pelayanan KITE kembali dilayani DJBC baik pemberian fasilitas maupun pengawasannya.

Pada saat itu fasilitas KITE ada dua yaitu; pertama, fasilitas pembebasan bea masuk dan PPN impor tidak dipungut atas impor bahan baku untuk diolah, dirakit, dipasang dan hasil produksinya diekspor. Dan yang kedua, fasilitas pengembalian bea masuk atas impor bahan baku untuk diolah, dirakit, dipasang dan hasil produksinya diekspor. Pengertian Bea Masuk termasuk bea masuk tambahan seperti bea masuk anti dumping, bea masuk pembalasan, bea masuk *safeguard*, dan bea masuk imbalan.

Setiap fase peralihan fasilitas itu, Kasmani selalu belajar terlebih dahulu termasuk mengikuti training yang diadakan pihak Bea Cukai, Kementerian Keuangan, lalu dipraktikkan

kepada perusahaan yang sudah mendapat fasilitas. "Jadi kita menjelaskan kepada pihak manajemen, apa keuntungan antara fasilitas Bapeksta, Bintek, Kite dan KB. Untuk menjelaskan itu tidak mudah, saya terus belajar sampai dapat menyakinkan pihak manajemen," jelas Kasmani.

Kawasan Berikat adalah suatu bangunan, tempat, atau kawasan dengan batas-batas tertentu yang didalamnya dilakukan kegiatan usaha industri pengolahan barang dan bahan, kegiatan rancang bangun, perekayasaan, penyortiran, pemeriksaan awal, pemeriksaan akhir, dan pengepakan atas barang dan bahan asal impor atau barang dan bahan dari dalam Daerah Pabean Indonesia lainnya, yang hasilnya terutama untuk tujuan ekspor.

Setelah mempelajari apa yang menjadi persyaratan dan keuntungan mendapatkan fasilitas KB, Kasmani yakin bahwa sangat tepat menerapkan fasilitas KB pada PT Citra Abadi Sejati, karena produknya 100% ekspor. Dia menyarankan kepada pihak manajemen waktu itu supaya menggunakan fasilitas KB, dan



saat ini sudah berjalan lancar tanpa ada kendala yang berarti.

Dengan adanya KB menurut Kasmani kemudahan atau fasilitas yang diberikan kepada pengusaha sudah sangat luar biasa. Mulai dari proses awal hingga proses *clearance*, apalagi kalau dibandingkan dari segi waktu dan efisiensi *cost*. Selain membantu *cash flow* perusahaan, impor sudah jauh lebih mudah. "Dulu pengurusannya bisa dua minggu, sekarang bisa sehari. Jadi sekarang aplikasi impornya sudah *on line* semua permohonannya. *On line system*, baik di KPU (Kantor Pelayanan Utama) Tanjung Priok maupun di Bandara Soekarno Hatta sudah *on line*, ekspor juga sama," papar Kasmani serta menambahkan bahwa keberadaan petugas Bea Cukai di hanggar yang sangat membantu dan dapat memberikan pelayanan setiap saat.

Petugas Hanggar

Pagi itu suasana hanggar di Kawasan Berikat PT Citra Abadi Sejati terasa begitu ramai dengan kedatangan para Eximer, sebutan untuk para pegawai bagian ekspor impor perusahaan. Ditambah kedatangan rombongan Kepala Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi Bea Cukai Bogor yang membawa reporter WBC untuk melihat bagaimana tugas dan fungsi Bea Cukai yang dijalankan petugas di hanggar tersebut.

Kebetulan pegawai Bea Cukai yang bertugas di cluster (hangar) empat itu adalah Surata dan Sukirno. Mereka mengawasi empat perusahaan KB yaitu PT ACE Oldfields, PT Citra Abadi Sejati, PT Bukaka Teknik Utama dan PT Selaras Citra Nusantara Perkasa.

Kasi PLI Bea Cukai Bogor, Haryo Sendiko mengatakan wilayah kerja seksi pelayanan kepabeanan dan cukai di lingkungan kantor Bogor cukup luas, mulai dari Depok, Cileungsi, Sukabumi dan Cianjur

serta mengawasi sekitar 143 perusahaan. Dengan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada, perusahaan tersebut dibagi menjadi 37 cluster, dimana satu cluster terdiri dari 2-5 perusahaan. Kantor Bea Cukai Bogor sendiri hanya memiliki sepuluh orang Kepala Seksi Pelayanan Kepabeanan dan Cukai, maka setiap Kasi membawahi rata-rata empat cluster serta setiap hanggar ditempati dua sampai tiga orang petugas Bea Cukai. "Supaya tidak jenuh dan memenuhi rasa keadilan dan kebersamaan, setiap sekali dalam tiga bulan, petugas hanggar dirotasi. Bukan hanya berganti tempat tugas atau hanggar tetapi personil yang adapun diganti," ujar Haryo Sendiko.

Surata menceritakan bahwa, sebagai petugas Bea Cukai yang ditempatkan di hanggar, tugas utamanya adalah melakukan pelayanan dan pengawasan pemasukan/pengeluaran barang dari kawasan berikat. Termasuk meneliti dokumen pemasukan/pengeluaran barang yang diajukan perusahaan harus dilakukan dengan cermat sebagai dasar melakukan pengawasan agar barang yang masuk/keluar kawasan berikat sesuai dengan ketentuan yang ada.

"Disamping melakukan penelitian dokumen, kami juga melakukan pemeriksaan fisik atas pemasukan/pengeluaran barang dari kawasan berikat," ujar Surata yang beberapa waktu lalu termasuk salah satu pegawai Hanggar yang menerima penghargaan dari Direktur Jenderal Bea dan Cukai sebagai petugas hanggar yang berdedikasi baik.

Secara rinci, Surata membeberkan apa saja yang menjadi tugas keseharian mereka di hanggar KB. Menurutnya paling tidak ada lima jenis pelayanan yang menjadi tugas keseharian mereka dalam

memberikan pelayanan di KB. Pertama, pelayanan pengeluaran/pemasukan barang asal kawasan berikat untuk disub kontrakkan ke Tempat Lain Dalam Daerah Pabean (TLDDP). Jenis pelayanan ini menggunakan dokumen BC 26.1 untuk dokumen pengeluarannya dan dokumen BC 26.2 untuk dokumen pemasukan kembali.

Pada saat pengeluaran barang, eximer mengajukan dokumen BC 26.1, lalu petugas melakukan penelitian dokumen untuk memastikan dokumen sesuai dengan perijinan yang dibenarkan. Apabila ternyata dokumen tidak sesuai dengan perijinan, maka petugas hanggar mengembalikan ke perusahaan untuk dilakukan revisi dan setelah dokumen sesuai maka dilanjutkan dengan proses pemeriksaan fisik barang. Pada saat barang selesai subkont, barang harus dimasukkan kembali ke kawasan berikat dengan menggunakan dokumen BC 26.2, proses penelitian dokumen dan pemeriksaan barang dilakukan kembali seperti halnya pada dokumen BC 26.1.

Kedua, pelayanan pengeluaran / pemasukan barang dari atau ke kawasan berikat. Jenis layanan ini menggunakan dokumen BC 27. Pada pelayanan ini petugas juga melakukan penelitian dan pemeriksaan fisik barang seperti halnya pada dokumen BC 26.1 atau BC 26.2, hanya saja untuk pelayanan ini harus dilakukan penyegelan terhadap barang yang akan dikeluarkan dari kawasan berikat, untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Ketiga, pelayanan pemasukan barang asal TLDDP ke kawasan berikat. Layanan jenis ini menggunakan dokumen BC 4.0, pada proses ini petugas harus memastikan barang yang masuk sesuai dengan dokumen dan juga memastikan dokumen perpajakan sudah dipenuhi. Keempat, pelayanan pengeluaran



Suasana di dalam pabrik.



barang asal TLDDP dari kawasan berikat. Jenis pelayanan ini dilakukan dengan menggunakan dokumen BC 4.1, pada layanan ini dipastikan dokumen yang dibuat sesuai dengan perijinan, disamping itu petugas harus melakukan pemeriksaan fisik untuk memastikan jumlah dan jenis barang yang dikeluarkan sesuai dengan dokumen perijinannya.

Kelima adalah pelayanan

dan pengawasan pemasukan barang impor ke kawasan berikat. Menurut Surata, pelayanan dan pengawasan ini merupakan jenis pelayanan dan pengawasan yang paling rawan, karena itu diperlukan ketelitian. Pelayanan ini dilakukan dengan dokumen BC 23.

Kelima pelayananan inilah yang ada pada kawasan berikat terkait dengan pemasukan dan pengeluaran barang. Apabila

ternyata terjadi kendala-kendala terkait pelayanan dan pengawasan pemasukan dan pengeluaran barang dari kawasan berikat, petugas hanggar harus melakukan koordinasi dengan unit pengawasan dari kantor pelayanan.

“Untuk lebih memberikan kemudahan kepada kawasan berikat, selain pelaksanaan tugas pelayanan/pengawasan pemasukan dan pengeluaran barang, kami juga melaksanakan fungsi monitoring kawasan berikat dan juga fungsi asistensi. Dengan pelaksanaan fungsi-fungsi tersebut, diharapkan dapat tercipta pelayanan yang maksimal, pemberian solusi atas kendala-kendala yang mungkin terjadi yang pada akhirnya dapat mendukung kelancaran kegiatan perusahaan,” papar Surata yang sudah sejak Desember 2015 bertugas di hanggar serta menambahkan bahwa kini fasilitas kerja di hanggar sudah semakin baik apalagi pimpinan DJBC telah berhasil memperjuangkan adanya detasering bagi yang bekerja di hanggar .

(Piter)

Sinkronisasi dan Harmonisasi Peraturan Kepabebean dan Cukai

Harmonisasi dan sinkronisasi dalam pembuatan peraturan perundang-undangan, merupakan salah satu langkah untuk melihat suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku tidak saling bertentangan antara satu dengan yang lain, baik dilihat dari sudut vertikal atau hierarki peraturang perundang-undangan yang ada.

Untuk membuat peraturan yang sesuai dengan nilai-nilai harmonisasi dan sinkronisasi, Bea Cukai tepatnya di Subdit Peraturan, Direktorat Keberatan Banding dan Peraturan memiliki tim kerja Sinkronisasi dan Harmonisasi Peraturan Kepabebean dan Cukai (SHPKC) yang sebelumnya bernama Tim Evaluasi dan Harmonisasi Peraturan Kepabebean dan Cukai (EHPKC).

Seperti dijelaskan oleh Kasubdit Peraturan, **Susila Brata**, tim SHPKC tugas dan fungsinya lebih kepada pembahasan ide-ide dasar kebijakan yang berasal dari usulan salah satu direktorat, yang muaranya berupa pembuatan peraturan. Tim yang dibentuk sesuai dengan Keputusan Dirjen Bea dan Cukai Nomor KEP-149/BC/2016 memiliki empat tugas yaitu :

Mengumpulkan dan menerima masukan (*feedback*) dan mengkompilasi permasalahan pelaksanaan peraturan di bidang kepabebean dan cukai.

Melakukan koordinasi dan pembahasan terintegrasi mengenai sinkronisasi dan harmonisasi antar peraturan di bidang



Susila Brata
Kasubdit Peraturan

kepabebean dan cukai.

Melakukan koordinasi dan pembahasan terintegrasi mengenai sinkronisasi dan harmonisasi antara peraturan di bidang kepabebean dan cukai dengan peraturan perundang-undangan lainnya yang terkait dengan tugas dan fungsi kepabebean dan cukai meliputi kegiatan ekspor, impor dan cukai serta bidang lainnya.

Memberikan rekomendasi perubahan, penggantian atau penegasan pelaksanaan peraturan di bidang kepabebean dan cukai.

Susunan keanggotaan tim SHPKC terbagi menjadi tiga :

Tim Pengarah yang diketuai oleh Direktur Jenderal Bea dan Cukai,

Kelompok kerja pada Tim Sinkronisasi dan Harmonisasi Peraturan Perundang-undangan di Bidang Kepabebean dan Cukai yang diketuai oleh Direktur keberatan Banding dan Peraturan,

Kelompok kerja Bidang Legal Drafting yang diketuai oleh Kepala Biro Hukum, Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan.

Untuk meningkatkan kualitas penyusunan peraturan serta

meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam harmonisasi dan sinkronisasi perumusan peraturan, maka disusun sebuah pedoman dan panduan untuk menegaskan proses pengelolaan dan penyusunan peraturan di lingkungan DJBC, maka dikeluarkanlah Surat Edaran Dirjen Bea dan Cukai Nomor SE-02/BC/2016 tentang Pedoman Pengelolaan dan Penyusunan Peraturan Di Lingkungan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Surat Edaran ini dimaksudkan untuk menjadi pedoman dan panduan bagi unit-unit teknis di lingkungan Kantor Pusat DJBC dalam rangka perencanaan, perumusan, penyusunan dan penyampaian usulan rancangan suatu peraturan di bidang kepabebean, di bidang cukai dan peraturan di bidang lainnya.

Seperti dijelaskan oleh Kasubdit Peraturan , Direktorat Keberatan Banding dan Peraturan, **Susila Brata**, maksud dari pengharmonisasian peraturan perundang-undangan adalah sebagai upaya untuk menyelaraskan, menyesuaikan, memantapkan dan membulatkan konsepsi suatu rancangan peraturan perundang-undangan dengan peraturan perundang-undangan lain, baik yang lebih tinggi, sederajat, maupun yang lebih rendah, dan hal-hal lain selain peraturan perundang-undangan, sehingga tersusun secara sistematis, tidak saling bertentangan atau tumpang tindih (*overlapping*). Hal ini dilakukan sebagai konsekuensi dari adanya hierarki peraturan perundang-undangan.



Peran Kapal Patroli Bea Cukai “Pengawas Laut dan Mengemban Tugas Nasional”

Masyarakat pada umumnya dan keluarga besar Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai pada khususnya pasti telah mengetahui bahwa, armada kapal Bea Dan Cukai selain menunjang pelaksanaan sebagian tugas Direktorat Penindakan dan Penyidikan (P2), juga melaksanakan beberapa tugas nasional bahkan sejak masa setelah kemerdekaan Indonesia.

Pada masa itu beberapa kali dilibatkan dalam operasi militer maupun *civil mission*, seperti misalnya pada saat penumpasan pemberontakan PRRI/Permesta dengan menggunakan kapal Bea Cukai mengadakan pendaratan pasukan TNI di Pekan Baru pada tahun 1957-1958. Sedang kapal Bea Cukai yang berada di Surabaya, Makassar dan Manado di bawah koordinasi

TNI-AL turut serta mensukseskan pemulihan keamanan di daerah Sulawesi. Berikut ini beberapa kisah heroik peran kapal patroli Bea Cukai untuk kepentingan nasional.

Personil Kapal Patroli Bea Cukai pada saat OPERASI TUMPAS, membasmi gerombolan pemberontak DI/TII pimpinan Kahar Muzakar di Sulawesi Selatan (1964-1965) dan yang pertama yang diberangkatkan dari

pangkalan Tanjung Balai Karimun. Saat itu ada tiga kapal yang dikerahkan, dengan nakhoda Jusuf M, Komandan Patroli Soewardjo dan Alif Soemarto menggunakan kapal BT 401. Kapal BT 402 dinakhodai Soepahang dengan Komandan Patroli G. Soewarno dan Tjetje Soeroso. Kemudian kapal BT 503 dinakhodai A. Hatta dengan komandan Patroli G. Soenardjadi dan Soendjoto. Mereka berada di daerah Sulawesi selama lebih kurang 4 bulan dengan tugas mengangkut dan mendaratkan pasukan TNI antara lain di Pakue, Lasalo yang konon disebut sebagai daerah markas Kahar Muzakar, Kolaka dan Malili. Sedang untuk pengisian tambahan bahan bakar



Soeharto saat menaiki BC 9004.



Kapal BC 9004 saat digunakan mengantar rombongan presiden dan pejabat negara.

dilakukan di Palopo dan Makassar.

BT 503 yang mendapat tugas tersendiri di Mamuju, dari awal telah kandas di Perairan Budengbudeng, setelah menemukan senjata berbagai jenis di dasar laut, sesuai dengan informasi yang didapat, kemudian pengangkatannya dilaksanakan oleh kapal TNI-AL.

Banyak juga kisah dukanya dibandingkan sukanya yang dialami oleh ketiga kapal BC tersebut. Selain mereka belum mengenal perairannya, peta laut pun tidak tersedia, apalagi Buku Kepanduan Bahari dan sebagainya. Jadi hanya mengandalkan pengamatan dan perasaan masing-masing sebagai navigator saja.

Setelah lebih kurang tiga bulan bertugas, semua persediaan bekal di kapal habis, sedangkan dari Kantor Besar di Jakarta sangat terlambat memberikan dukungan logistik. Sementara Penilik Pabean, Alif Sumarto, Penilik Pabean, Soenjoto, Penilik Pabean, Tjetje Soeroso mengurus logistik ke Jakarta, di Makassar Penilik Pabean. Tk.I, Soewardjo mengambil kebijaksanaan lain. Berbahagialah seluruh anggota, dalam keadaan yang demikian rumit, Soewardjo sebagai komandan paling senior, dengan

segala usaha yang khas dan resiko yang dihadapi oleh pribadi beliau, dapat segera mengatasi masalah untuk meredakan suasana Anak Buah Kapal (ABK) yang hampir tidak terkendalikan sehingga akhirnya seluruh ABK ketiga BT 401, BT 402 dan BT 503 telah melupakan dukungan logistik dari Kantor Besar.

Kemudian BT 401 bersama Kopat Penilik Pabean Soewardjo mengadakan patroli antara Makassar-Balikipapan. Perasaan mereka cukup berbahagia karena seluruh ABK ketiga kapal BT, karena BT 401 mendapat tangkapan barang import yang sebagian langsung dipindahkan ke BT 401. Setiba di pelabuhan Makassar sudah menunggu truk CPM beserta satu regu anggotanya, menurunkan barang dari BT 401 ke truk CPM untuk diamankan.

Kemudian pada bulan Juli 1965 menyusul BT 603 dengan Nakhoda Pengatur (PK) S.T. Soetrisno, Komandan (patroli), Penilik Pabean, Noor Indiarjo, SH, bersama dengan BT 603, Ismoe Hindrarko bersama keluarga dipindahkan ke Surabaya sebagai Kepala Urusan Nautika, mendampingi saudara Kaminski sebagai Kepala Urusan Teknik

Perkapalan, dibawah Penilik Pab. Ch. B. Mamudi sebagai Kepala Seksi Perkapalan.

Operasi Penumpasan Pemberontakan G 30 S /PKI.

Seperti dikisahkan Ismoe Hindrarko, ketika itu kapal-kapal Bea Cukai, di Surabaya sangat aktif membantu mengisolasi perairan antara Tuban-Banyuwangi, dibawah pimpinan Kepala Dinas P2 Daerah III, pengawas Pabean Martono Soekastowo yang dikoordinasikan pada Penguasa Militer setempat. Banyak pekerjaan yang kami lakukan, antara lain ialah, mengumpulkan korban keganasan gerakan PKI. Mayat-mayat yang hanyut di laut, kebanyakan jenazah yang sudah tidak sempurna, ada yang hilang kepalanya atau anggota badan lainnya, dibawa dan diserahkan kepada petugas yang telah menunggu di dermaga Syahbandar Tanjung Perak.

Akhirnya tahun 1967, kebijaksanaan baru pun tiba. Dengan ditariknya kapal Patroli yang berada di Wilayah Timur Indonesia : BT 305, 306, 703 dan BT 704 dari Surabaya, BT 307, 308 dan 309 dari Manado dan Makassar serta BT 203

dari Banjarmasin. Seluruh kapal beserta Awak Kapalnya dikonsentrasikan di Daerah Istimewa Tanjung Balai Karimun dibawah KDKO G.O. Kadow. Dari seluruh yang dipindahkan ke Tanjung Balai Karimun, mereka ditangguhkan dulu di kantor Besar dengan alasan yang dikemukakan oleh Direktur Perkapalan, H.J. Setiadi, yang mengatakan; "Saya mau melihat kemampuan saudara membantu saya di kantor Besar". Alhamdulillah, saya juga tidak kembali ke Tanjung Balai Karimun sebagai Awak Kapal lagi," ujar Ismoe Hindrarko yang sudah tiga kali ditempatkan di Tanjung Balai Karimun, yaitu :

1. Tahun 1962-1965 sebagai Nakhoda BT 206 dalam rangka operasi Ganyang Malaysia/Dwikora.
2. Tahun 1978-1981 sebagai Kasi Nautika.
3. Tahun 1987-1990 sebagai Ka Balai Sarana Perhubungan.

Mengawal Presiden dan Pejabat Negara

Yang sangat dibanggakan oleh Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai (setidaknya pada waktu itu) adalah bahwa, kapal-kapal patroli BC diberikan tugas pengawalan Presiden Republik Indonesia, Soeharto, yang dimulai sejak tahun 1967 menggunakan kapal yang sedang bertugas rutin di bidang P2 di Jakarta.

Kemudian sejak tahun 1975 setelah BC 1003 tiba dari Perancis, diberikan tugas khusus sebagai kapal Pengawal RI-I. Kemudian diganti dengan BC 9001 dan berakhir BC 9006 DENGAN Nakhoda Penata Muda (PK) J.B. WURARAH, sampai beliau pensiun. Kapal khusus ini digunakan sebagai kapal Pasukan Pengaman Presiden, bila Pak Harto ke laut.

"Ada suatu peristiwa yang sangat berkesan bagi kami, mungkin juga Pak Harto. Pada suatu malam di laut, agaknya

beliau ingin lebih santai bila sambil berbaring digeladak buritan kapal BC 803, tiba-tiba beliau minta bantal, *Ya Allah*, kalang kabut kami memilih mana bantal yang patut untuk Pak Harto. Entah apa yang Pak Harto rasakan, diserahkan juga bantal yang berbau 1001 macam perfume itu. Dengan santainya Pak Harto menerima seraya merebahkan diri digeladak sambil sesekali memperhatikan joran pancingnya," kenang Ismoe Hindrarko.

Bersyukurlah kita semua, karena sejak saat itu, setiap kapal khusus RI-I dilengkapi dengan inventaris yang memadai dari Kantor Pusat. Presiden Soeharto memang mempunyai bakat memancing yang baik, karena tidak jarang semalam di laut mendapatkan ikan besar yang jumlahnya sampai sekitar 50 kg dan dibagikan juga kepada Paswalpres dan ABK BC.

Sewaktu-waktu bila ibu Tien bersama beberapa putra-putri singgah di Pulau Putri (Pulau Bidadari) Juru masak tidak boleh membantu ibu di dapur, semua bermain bersama Patroli Pengawal di darat. Sisa bahan makanan pasti ditinggal dikapal, lumayan hemat uang makan seminggu.

Disamping Presiden RI Soeharto, pejabat lain yang sering menggunakan kapal BC adalah Adam Malik. Sejak sebelum menjabat Wakil Presiden, malah setelah tidak menduduki jabatan negara pun masih sering ke Pulau Genting, di gugusan Pulau Seribu, bersama keluarganya. Uniknyanya adalah, selama berada di Pulau Genting, tidak boleh ada suara radio, televisi atau musik. Dan Adam Malik selalu mengajak makan bersama keluarga dan ABK.

Begitu juga saat rombongan RI-1 ini beserta para Menteri dan Pejabat Negara melakukan kunjungan kerja yang mengharuskan mereka menggunakan sarana transportasi laut, lebih memilih menggunakan

kapal patroli Bea Cukai. Seperti dikisahkan juga oleh mantan Perwira Penghubung BC. 9004, **Tonny Soenanto**. Ketika itu tahun 1989 dengan menggunakan Kapal BC 9004, tepatnya pada 12 November 1989 saat Presiden beserta rombongan melakukan kunjungan ke Pulau Batam (Riau), tercatat 36 penumpang yang menaiki kapal motor Bea Cukai terdiri dari Presiden Soeharto, Menko Polkam, Menhankam, Menteri Pertambangan dan Energi, Menteri Parpostel, Mensekneg, Menteri Perumahan Rakyat, Menristek, BJ, Habibie dan Istri, Menteri Muda Perindustrian, Panglima ABRI, pengusaha Lim Sioe Liong (Salim) dan pejabat negara lainnya. Beberapa kapal patroli Bea Cukai dikerahkan untuk melakukan pengawalan rombongan kapal.

Kunjungan Presiden ketika itu adalah untuk meresmikan lapangan golf bertaraf internasional untuk mengembangkan pariwisata dan sebagai salah satu upaya memancing investor mancanegara untuk ke kawasan industri Pulau Batam. Selanjutnya rombongan menuju Pulau Bulan untuk melihat peternakan buaya untuk diambil kulitnya yang telah disamak untuk diekspor ke luar negeri. Disamping itu di Pulau Bulan juga terdapat beberapa produk yang 50 persennya untuk diekspor ke Singapura, seperti peternakan bebek, babi, kodok dan ikan darat. Termasuk terdapat perkebunan buah-buahan dan perkebunan anggrek.

Ada kesan mendalam yang dirasakan Tonny, yaitu pada saat pelaksanaan pengawalan, sudah berjalan sesuai dengan rencana hanya saja pada sewaktu pelayaran menjelang Pulau Bulan saat sandarnya dalam keadaan hujan dimana Presiden Soeharto terpaksa pindah ke ruang kemudi BC bersama-sama Menristek, Gubernur Riau, Pangab dan

ajudannya. Oleh Tonny, RI-1 diminta membubuhi tanda tangan pada foto beliau dan menuliskan kalimat pada foto tersebut yang berbunyi : Selamat bertugas pada saudara Tonny Soenanto.

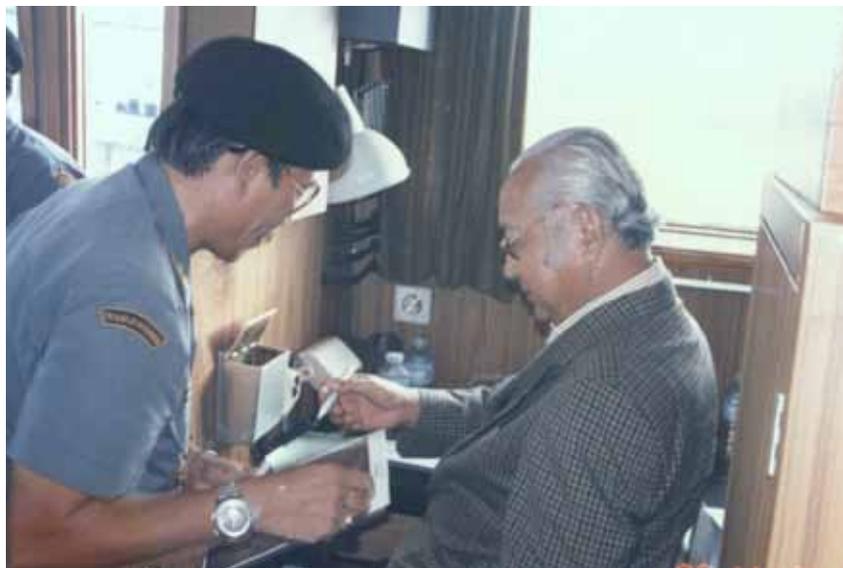
Kemudian pada log book, Presiden Soeharto menyampaikan pesannya :

1. Kepada warga BC Wilayah II : “Selamat bertugas dalam menjaga tanah airmu”
2. Kepada ABK BC-9004 : “Selamat Bertugas”
3. Kepada Perwira Penghubung : “Selamat Bertugas kepada Tonny Soenanto”
4. Tertanggal 12 Nopember 1989.

Presiden Soeharto menanyakan kepada Tonny mengenai beberapa hal seperti pengalaman dirinya selama bertugas, kecepatan kapal, karakteristik kapal, perbedaan kapal BC serie 8000 dan 9000 serta jumlah armada BC. Sebelum sandar di dermaga Senggulung pukul 17.15 WIB, RI-1 memberi salam kepada seluruh ABK BC-9004 yang berada di ruang kemudi serta mengucapkan terimakasih atas pelayaran yang telah selesai dilaksanakan. Begitu juga dengan yang dilakukan oleh Menristek, BJ. Habibie, saat dalam pelayaran Habibie juga memberikan pesannya pada buku jurnal BC-9004.

“Kapal BC 8001 sebenarnya yang paling sering digunakan untuk mengawal pejabat negara, seperti Wapres Sudharmono atau Panglima ABRI, LB. Moerdani dari situ kadang kita jadi tahu karakter masing-masing pejabat, seperti pak Moerdani, orangnya pendiam *tau-tau* sudah masuk dapur minta dibuatkan kopi,” kenang Tonny.

Ada lagi satu kisah yang mungkin ini erat kaitannya dengan peran kapal patroli Bea Cukai bisa mencairkan permasalahannya. Ceritanya begini, suatu hari di bulan Maret 1987, Tonny mengawal Dirjen Imigrasi, Soelarso untuk melakukan patroli laut keliling Kepulauan Riau yang berlangsung hingga malam hari.



Presiden Soeharto di kapal patrol Bea Cukai.

Selesai menjalankan tugasnya, Tonny meminta kepada Soelarso untuk menuliskan kesannya di log book itu. Beberapa kalimat ditulis Soelarso yang bunyinya : *“Tugas Imigrasi erat kaitannya dengan tugas Bea dan Cukai, oleh karena itu perlu kerjasama yang baik khususnya tugas di daerah kepulauan Riau yang sangat rawan ditinjau dari usaha penyelundupan dan juga kemungkinan infiltrasi orang ke wilayah kita”* Dan sudah jadi kebiasaan Tonny setiap kesan para pejabat negara yang telah dikawalnya disimpan dan didokumentasikannya dengan baik.

Sampai kemudian Soelarso menjadi Gubernur Jawa Timur. Ketika itu Tonny juga sudah dimutasi pindah ke Surabaya. Pada saat itu setiap pelantikan Eselon II masih dilaksanakan oleh Gubernur di wilayah Provinsi masing-masing. “Kebetulan ada peralihan Kanwil Bea Cukai dari Pak Tarigan ke Pak Kusnadi. Berbarengan pula di Pemda sedang ada permasalahan sehingga permohonan untuk segera melantik Kanwil Bea Cukai yang baru tidak bisa segera dilaksanakan dalam waktu dekat dan tidak ada kepastian waktu,” demikian cerita Tonny.

Akhirnya Tonny dimintakan

tolong untuk menghadap Gubernur, mengingat pengalamannya pernah mengawal Gubernur Jatim saat masih menjadi Dirjen Imigrasi. Maka berbekal buku log yang ada catatan dari Soelarso, menghadaplah Tonny ke staf khusus Gubernur, meski sudah diijinkan untuk bertemu tetapi tidak bisa langsung pada hari itu ia bisa menghadap Gubernur, tetapi baru sehari kemudian diberikan jadwal untuk bertemu. Keesokan harinya Tonny pun menghadap ke Soelarso, saat pertama melihat Tonny, Soelarso merasa tidak asing lagi dengan Tonny karena pernah mengawalnya saat di Kepulauan Riau, lantas sambil menunjukkan kembali log booknya, Tonny pun menceritakan maksud dan tujuan ia ditugaskan bertemu dengan Soelarso.

“Akhirnya suasana cair dan beliau bersedia segera melantik pejabat Kanwil Bea Cukai Jawa Timur yang baru. Jadi dari itu saya berkesimpulan ada manfaat lain dengan digunakannya kapal patroli Bea Cukai untuk mengawal para pejabat-pejabat negara, kita jadi bisa saling mendukung dan kerjasama dalam hal positif untuk kepentingan negara,” cerita Tonny lagi.

(Ariessuryantini)

PENANGANAN IMPOR BARANG KIRIMAN POS

Pembuatan Daftar Serah Terima Kiriman Pos menggunakan dokumen PP 22A. Pada tahap ini petugas PT. Pos Indonesia membuka kantong kiriman pos, memilah dan mendistribusikan ke Gudang Pemeriksaan, menyiapkan barang untuk diperiksa Petugas Bea Cukai

Pemeriksaan Pabean:

Pemeriksaan Fisik: Petugas Pos membuka kemasan, kemudian Petugas Bea Cukai melakukan pemeriksaan fisik barang, setelah itu Petugas Pos membungkus kembali barang kiriman.

Pemeriksaan Dokumen: Petugas Bea Cukai menetapkan pos tarif dan nilai pabean.

Konfirmasi ke Penerima Barang:

Petugas Bea Cukai menerbitkan surat pemberitahuan atas barang yang kurang lengkap informasinya atau membutuhkan perijinan dari instansi terkait (terkena aturan larangan dan/atau pembatasan).

PT. Pos Indonesia mengirimkan surat Pemberitahuan Penyelesaian Paket Kiriman Pos dari Bea Cukai ke alamat penerima barang.

Petugas Bea Cukai menerima kelengkapan dokumen yang dikirimkan oleh penerima barang untuk diteliti dan diproses lebih lanjut.

Petugas Bea dan Cukai menerbitkan dokumen Pencacahan dan Pembeaan Kiriman Pos (PPKP) yang berarti barang telah selesai melalui pemeriksaan pabean.

Pembuatan Daftar Penyerahan Kembali Kiriman Pos menggunakan dokumen PP22B. Barang-barang yang telah dilakukan pemeriksaan pabean diserahkan kembali beserta PPKP ke PT. Pos Indonesia, untuk didistribusikan ke Kantor Pos tempat barang akan diserahkan kepada penerima barang.



1



2



3



POS INDONESIA



DIREKTORAT JENDERAL
BEA DAN CUKAI

4



5



Public Relations of Indonesian Customs Carrying The Spirit of Change

The ideal organization is an organization that each element of its internal realizes that every member of the organization is really publicist for their organization. With this awareness, each member of the organization will consistently perform the role of public relations, either by avoiding actions that would negatively affect the image of the organization as well as communicating the positive things in order to build the organization's image up in the eyes of external parties.



Along with the awareness, that public relations play a very important role in building the organization's image up, the existence of public relations at the Directorate General of Customs and Excise (DGCE) perceived by DGCE's leadership rank as a necessity that must be prioritized. It can be seen from the wide range of improvements that have made in the field of public

relations, such as the addition of budget allocation, the improvement of human resources and organizational structure of which was initially only be an organizational unit of echelon IV (Section of Publication and Public Relations) in accordance with the Minister of Finance Regulation (PMK-87 /PMK.01/2008), then it increased to an organizational unit of echelon III (Sub-Directorate of Public Relations and Education)

in accordance with the last Minister of Finance Regulation (PMK No. 234/PMK.01/2015) concerning on the Organization and Administration of the Ministry of Finance.

The Duties and Roles of DGCE's Public Relations are under Directorate of International and Inter-Agency Affairs. Precisely in Article 807, which reads:

Subdirectorate of Communication and Publication consists of:



- a. Section of Communications and Public Opinion Strategies;
- b. Section of Public Relations;
- c. Section of Publication I; and
- d. Section of Publication II.

The previous Public Relations is in Sub-Directorate of Public Relations and Counseling, Directorate of Revenue and Customs and Excise Regulations (PPKC), but now it's under the Directorate of International and Inter-Agency Affairs.

The existence of Public Relation is very needed to build and maintain the mutual understanding among government agencies with stakeholders and the general public, with the purpose of three things like maintaining reputation and image in order to become a bridge of communication and mutual benefit relationship. The objection of Indonesian Customs' Public Relations in term of reputation and image maintenance is closely linked to the public perception towards DGCE. In implementing everyday duties and functions, DGCE is very vulnerable to the negative accusations, both in term of integrity and professionalism. Thus, the PR is in a position to be able to build a reputation and image of DGCE, it is not from zero but from the negative into a positive, either in the eyes of stakeholders or the general

public.

Not only to build a reputation and image, but also Public Relations must be able to facilitate the communication either among government agencies and or the public. Therefore, Public Relations of DGCE is also incorporated and actively role in the organization of government public relations, such as Bakohumas in order to facilitate inter-agency coordination. Additionally, PR of DGCE should also continue to strengthen relationships with stakeholders through the implementation of policies socialization related to customs and excise. To communicate with the public, Public Relations also draws closer to media, either through advertising, social media, or providing information about the development of Directorate General of Customs and Excise. Not only that, Public Relations of DGCE but also provides information services like Contact Center namely Bravo Bea Cukai 1500225 which earmarked for stakeholders or the general public who wish to make complaints and questions in the field of customs and excise.

The existence of public relations should be able to guarantee to the public that DGCE is accountable in

implementing its duties and functions and mutually beneficial, both for DGCE and public. It is beneficial to the public means the public can easily access a variety of information related to DGCE, including DGCE's accountability in implementing its duties and functions transparently. It is beneficial for DGCE means that with the fulfillment of responsibility towards the stakeholders and public, then DGCE will also become a trusted institution by the public.

Directing Public Opinion

If it is seen from the objectives of public relations before, it can be said that PR of DGCE functions to find and evaluate the public opinions related to DGCE, and to utilize communication as a medium to provide information based on facts, and delivered the good and right ways for directing public opinion to the expected things.

In implementing these functions, PR of DGCE is supported by a variety of activities conducted, starting from analysis of the mass media to determine the strategy of communication to the public, next to conduct the Press Release in order to convey the achievements of DGCE to the public, next to

Communication Pillar of DGCE



provide information service and to solve public complaints, then to conduct a disseminating information related to DGCE either via website or social media, till to facilitate the implementation of socialization and guidance to stakeholders.

As presented by the Deputy Director of Communication and Publication, Deni Surjantoro, if it seen from the Key Performance Indicators (KPI), the lack of negative news that emerges to the public, but preaches more positive news that forms public perception towards the institution is an indicator of the success of the public relations team in an institution, especially PR in government agencies. It all must be begun from a public relations that should also be ready to give their creative ideas at any time.

Therefore, the efforts conducted by Public Relations to achieve those things are by seeing the public opinion like the public response towards the institution, it could be the performance or the behavior. Public opinion is daily monitored by Section of Communications and Public Opinion Strategies, either in the form of mass media news analysis or social media analysis that is feedback media of public.

From the analysis regarding the performance of Directorate General of Customs and Excise, then the result of analysis treated, for example, there is one part of the organization of the

Customs and Excise that complained by the community. From the result of treatment, further public relations duties are provided input to the head of the section.

The next stage is monitoring. Besides it conducted by Directorate of Internal Compliance, Public Relations also conducts monitoring function to discover the improvement that has been conducted and analyzed by the organization, so that the result of monitoring can be relayed to the public back, or it could be “sold” to the public again. It could be seen from the side of public opinion.

“There is also an initiative from our side, it means we are selling what we have, or called marketing. This function also exists in public relations, incidentally, now, it’s not only Public Relations but also Communication and Publication so that the function of marketing is very strong there which makes our communication becomes a mass communication. Products such as Bonded Logistics Center (PLB), Indonesia Single Risk Management (ISRM), and other can be delivered to our society. We also can disseminate through a communication strategy that has a goal to make public know what we are doing so that they know our performance. So efforts undertaken by public relations are to capture public opinion and marketing. “Deni said argued that Public Relations of DGCE can be

used as a unit that is able to act as communication intelligence and marketing unit for the institution.

Strategy of DGCE’s Public Relations

Qualified human resources and an adequate budget will not mean much if those are not supported by a right strategy. Therefore, Sub-Directorate of Public Relations and Counseling has formulated a public relations strategy called 3 (Three) Pillar Communications of DGCE. The implementation of those strategies conducted through public relations object segmentations, which are divided into three segments, namely Direct Object, Indirect Object, and General Object where each of the segments is given different treatment.

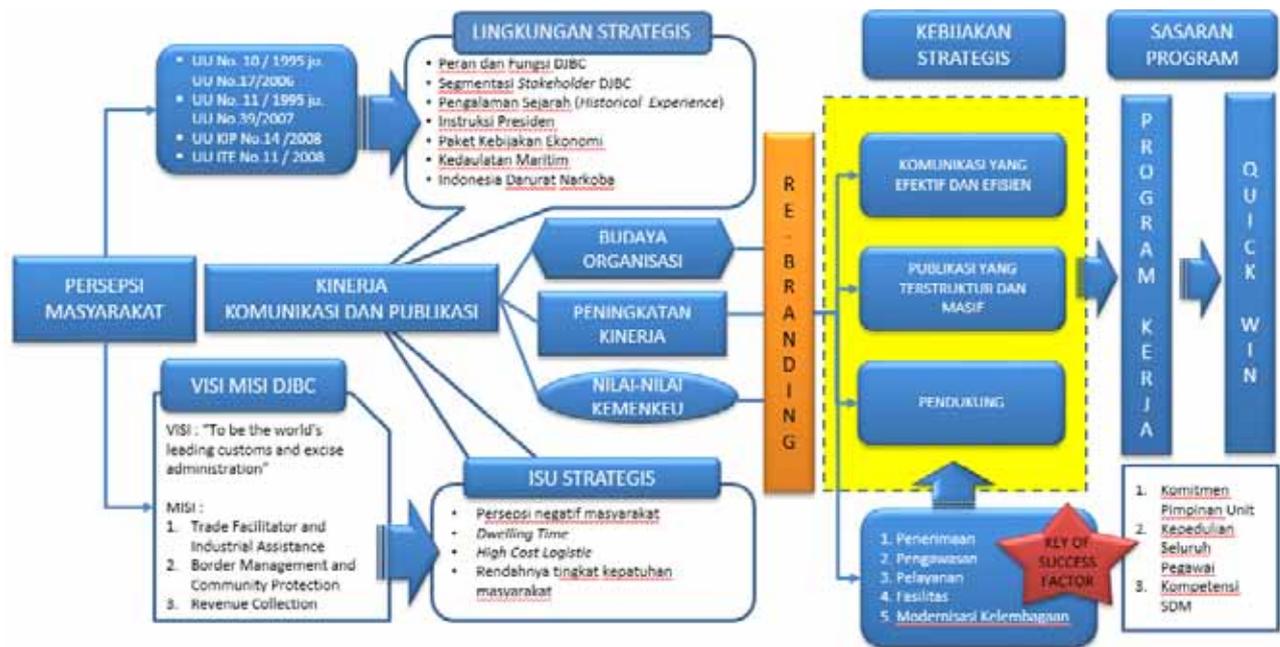
Direct object covers the customs and excise service users who daily deal and interact with DGCE so that the strategy adopted in the form of crystallization interaction has been very good so far.

Indirect Object includes parties which are not any time related to DGCE, but they have an interest in DGCE, for example, mass media, economic analysts, parliamentarians, academics, and other. For this segment, the strategy applied is in the form of strengthening of relationship, so for any questions about the role and function of DGCE, we will soon conduct clarification and not reluctant to directly dial to DGCE.

The latest Object is a General Object that has the largest percentage covers more than 80% of DGCE’s communication objects. For this segment, the right strategy to be applied is the publication of duties, functions, and achievements of DGCE, because this strategy has a wider range with the aim to change the general perception of the object that generally have a negative image about DGCE (image derived).

In order to make DGCE’s Public Relations can function more effectively, efficiently and rightly on the target, it needed a right communication and publication

Communication and Publication Strategies



strategy that oriented with the formation of public opinion.

In the implementation, it needs to be supported by easy access towards the elements of leadership and the support of other work units involved. In terms of human resources, it should be also supported by competent officers that are in the field of public relations and equipped with adequate facilities and infrastructure.

Regarding the communication strategy executed by DGCE's Public Relations, Deni explained that communications strategy is varied depending on a problem while discussing the settlement of case (public opinion), the communication strategy should be straight to the point. It should go directly to the case with a language that is easily understood by the public. "Conversely, if the characteristic is not a case, but rather a marketing, we can see who are the targets of those products?. If we've found the target, we can formulate the media selection."

Further, Deni explained that the selection of media conducted due to the media targets is very diverse and segmented. If we are talking about

a policy issue, we can not select the mass media which never discusses the policy issues. However, we should have selected a media that provides space to deliver a policy. Otherwise, if by chance the target of public relations material was a young child, for example regarding the behavior, then it will be selected a media that target the youth segment and scheduled because of marketing. "But if the settlement of the case, there is no regular schedule. There are cases that we should immediately solve, so the characteristic is incidental."

Re-branding, Directorate General of Customs and Excise Launches A New Spirit

The world of public relations will dynamically move as changes in the community. Changes that occur both on a small scale and large scale should concern the whole of public relations practitioners so that the role of public relations becomes contextual but still professional. Professionalism in public relations is the main key in implementing the duty, therefore it needs the competency standard for anyone

assigned to that position. The efforts to undertake messages have shown that the government's public relations have been running its duties and functions in a professional manner.

Deni said that public relations officer should be able to control the news, direct the reports, and involved in every decision-making of management policy. In the era of information, where the public increasingly critical of the news, public relations officials are required to be brave to give clear information and base on facts in a good and right way in order to be accepted by the public.

"Furthermore, it is the time of Public Relations to become a spokesman for the institution to build a good opinion in the public. Overall, DGCE's Public Relations have carried out most of the role, but in the implementation of its role, there is still a limited authority," said Deni.

Government's public relations, both at central and local levels have an important role in any government policy. Therefore, the ranks of government's public relations, both central and local levels must work together to inflame the spirit



of change, as well as to create a rebranding that bureaucracy has changed.

As is currently conducted by the Public Relations Unit of the Directorate General of Customs and Excise by rebranding, with the rebranding, it means besides the efforts to actualize the vision and mission of DGCE, it also aims to shape the perception among DGCE's employees that all have to work with the new paradigm and spirit.

"We want DGCE is in accordance with the vision and mission of being a reliable and reputable institution of customs and winning the trust of the community. We want the public trust this institution." If people already trust in customs, of course, the community also participated.

"Because one thing that we conduct is to actualize the mission and vision of Customs depicted in the form of a tagline, as an expression or an idea that is easy to remember, it is so-called jargon or slogans. With jargon, *Bea Cukai Makin Baik* (Customs Be Better), we want to get into the public and employees mindset in order to carry over into the behavior until the goal is reached. In preparing the tagline, it is sufficient with short words so that public can understand and directly know," said Deni.

"Jargon we that choose is short, namely *BC Makin Baik* (Customs Be Better), containing the sense of process that never stops and dynamic so that the choice of words contains a broader sense. We have wanted to create a tagline *BC Lebih Baik*, but the term "*lebih Baik*" in Indonesia means final and it had stopped and not proceed. Then, Customs has no rival for the word "*Lebih Baik*". If more means to have a rival. So from that point, the chosen words that can record the dynamic process. A process that never stops, continues to make improvements. After going through the selection process, it is elected the slogan or jargon of "*BC Makin Baik*" (Customs Be Better)," said Deni.

Of course, through rebranding, it will bring the spirit of change. Therefore, it needs a synergy with all the elements included in the region. Deni explained that Sub-Directorate of Communications and Publications is a long reach into the region at the Field of Counseling and Information Services. Related to this tagline, it will be conducted a dissemination tagline of *BC Makin Baik* (Customs Be Better) to the other region, either in the form of a circular letter to the Regional

Office of DGCE to be forwarded to other offices below. Dissemination tagline also massively conducted through social medias and internal website. Social media is used as an option because it is considered as an effective thing and the results are satisfactory because social media is seen as a tool that is closer to the stakeholders and the public.

Besides making tagline, the establishment of radio and TV channels become a quick project of this Sub-Directorate. In the short term, it will be realized and scheduled for the launching time. The establishment of radio and tv channels are intended as an effective, efficient and economical media selection of Customs.

"As we make our streaming radio, it can manage our own "in-house" that is called inefficient because it is cheaper, of which everyone now plays the internet. It does not need the frequency, more practiced anywhere by using android applications. We have been already able to live streaming radio while for BC TV broadcast, the show is still with taping or recording," said Deni.

For the charging of broadcast material, both channels of radio and tv are same as the coordination of Website and WBC. In these means of communication streaming, there is no producer who will design and create programs according to the formal genre without leaving the elements of pop. "We still put forward a formal element because it remains that we are a government institution. Showing these pop elements that are not heavy, too serious, so that the message can be conveyed. For the duration of the broadcast, it is from morning till evening," said Deni who wish both these media can be an alternative choice other than that already exists. If people do not have time to read the news on the website as well as WBC, they can listen to the radio and tv.

But so far, the delivery of messages has done fairly massive,



either through advertising, the reality shows co-operation program, Warta Bea Cukai distribution to internal and external parties, and dissemination DGCE's activities through social media and Bea Cukai website.

Besides, the formation of Radio and TV Channels that become a quick win project of DGCE's Public Relations, here are some quick-win projects that have been formed and still done by PR team, include:

According to Deni, Re-Branding DGCE put forward to four elements that can not be separated from the duties and functions of DGCE, such as services, facilitation, community protection and revenue. Thus, the message conveyed to the public will focus on quick and transparent service, then stakeholders to acquire the facility, as well as DGCE task in protecting the public from illegal goods. In addition, in promoting DGCE function in optimizing revenue collection, DGCE also acts to encourage the creation of justice for the industry and the national economy.

For that, it needed a strong will of all units in DGCE, because rebranding can not just be done by the Sub-Directorate of Communications and Publications in order to change the negative perspective of public which

have been inherent in DGCE into the reputation and positive image towards Customs be better.

"With this rebranding, we hope the public can truly understand. We want awareness, the awareness of public towards this institution. If they have been aware, the next target will have been an advocacy which creates a feeling to have, in order to make the public also feel to have this institution. This institution belongs to the people. If it were theirs, any programs could successfully run because aided by society. It is actually a big target on our field. If the image is getting better, eventually the public will be aware. "Deni hopes that with a rebranding, it can change the people's

negative perspectives that have been inherent in DGCE into the reputation and positive image towards Customs will be better."

For the future, DGCE's Public Relations is expected to continue to grow and get better, so it can make more effective and efficient communication, and provide a more structured dissemination of information and massive to the public so that it will eventually raise the image and reputation of DGCE, it will be better as a brand new institution. Moreover, the existence of PR not only as a support function (supporting) but also to be able to move the agency to achieve its objectives.

(Ariessuryantini)

Quik Win





“A Better Customs and Excise, the New Spirit of DGCE”

Robert L. Marbun
 Director of International and Public Affairs

Anything new brings with it a better optimism and hope. The same goes with a new identity, or as we call it, a rebranding. A new positive impression is continuously promoted to raise the image of a company, organisation, or an agency in front of the public. In the case of the Directorate General of Customs and Excise (DGCE), the responsibility falls to the public relations unit under the Directorate of International and Public Affairs to create a positive perception from the public that government apparatus nowadays are no longer the same as they were in the past.

The rebranding currently promoted by the public relations unit of DGCE is exactly intended to establish new perception that DGCE officers are working under the new paradigm and new spirit, in addition to actualizing the vision and mission of DGCE itself. Why rebranding and what is the progress? To get the answer, WBC had the opportunity to interview the Director of International and Public Affairs, DGCE,

Robert L. Marbun and asked those questions.

Public Relations Unit of DGCE is currently promoting the rebranding of DGCE, could you help explain the background and the progress of the rebranding?

Public perception towards DGCE is not currently at the level we want. We believe that we have achieved DGCE's vision, that is to be the world's leading customs and excise. But we found out that the public think otherwise. They often perceive us from the negative side because what they read about us are the negative news and reporting.

We, then, though that we need to do something to reverse the negative perception, hence the rebranding. The rebranding shall not contradict the vision and mission of the organization. We want the rebranding to be our effort to actualize the vision and mission of DGCE and build a new perception among DGCE officers that we have to work with a new paradigm and a new spirit.

Could you tell me what elements are undergoing the rebranding?

DGCE rebranding advances 4 elements that are related closely to DGCE's vision and mission, namely services, facilitation, community protection, and revenue. We are promoting these 4 elements because they are our priority programs that we are trying to convey to the public.

We learned our lesson from Garuda Airlines, which offers punctuality, and excellent inflight services and inflight entertainment. We people talk about Garuda, their perception will go towards an airline that is punctual, has an excellent service, as well as informative website. This is the result of their rebranding, which is similar to what DGCE is doing, where, in terms of service for example, when users demand service that is 'just in time and transparent', we will provide a service that is not too quickly, but 'just in time and transparent' like our commitment. In terms of facilitation, users demand easy access, not more exemptions. In terms of community protection, people know our work, it does not matter if they know how we work or not. What matters is the result, such as seizure of goods violating customs regulations, and prohibition and

restriction regulations. As for revenue, the public demand that DGCE is able to achieve optimum target in a fair manner.

We are rebranding these elements and our target is to make people think DGCE in a positive light when they are talking about it. We want people to understand that DGCE's service is just in time and transparent, provides easy access, protects the community from the entry of illicit drugs and other illegal goods, as well as achieves revenue target that is optimum and fair. This way, the message to the public will focus on a speedy and transparent service, easy access for stakeholders to facilities, and DGCE's task in protecting the community from the entry of illegal goods. In promoting DGCE's function in terms of optimum state revenue, DGCE also contributes to promote fair industry and state economy.

This is an ongoing process, and the Director General has shown his appreciation to our efforts. He found that the public have begun to understand customs and excise. Our effort to provide massive information about customs and excise has been fruitful. And it can be measured





by how far the public understand customs and excise.

Who are the targets of the rebranding?

We now have generation X and generation Y, where the former is older than the latter. We checked and analyzed them, and agreed that we should target generation Y, the contemporary generation that is impartial and intelligent as well as

communicative.

Why generation Y? They are an investment because they are currently at their twenties, meaning we are investing for the next thirty years. They are very powerful and, if we can influence them, they will be very useful in building our image through their social media activities.

After we agreed on the target, we decided the method. The effective media for this is, among others, the

social media. The information must also be systemized and massive, not half-heartedly.

How do we approach them? Our method is stakeholder engagement. We try to engage with the stakeholder to build emotional ties. We ask their opinion on customs and excise. We are happy even if they criticize us because we take their criticism as an input for us.

We met with the stakeholders recently and ask their opinion of our website. Most gave negative opinions and said that they have not visited the website for a long time because it is not interesting. We then asked them to open the website, which has been updated, again and see the difference. They responded positively and appreciated our effort to update the website.

In engaging with stakeholders we must know what the stakeholders want. We try to make everything more humanist. If you check our website you will see a heartening poster of a child welcoming her father as he returned from the patrol ship. In the past we only highlighted the picture of our headquarters. This is not to say that it is not engaging, but I believe we need something that is more humanist, because our website should be two-way, internal and external, and touched upon our officers who are not posted at the headquarters.

Again, we are not trying to say anything negative about the old website, because different leader has different concept. We appreciate their effort to build the foundation for us to continue develop the website further.

How far is the engagement of the other directorates?

We have always emphasized to the Echelon II officials and the Director General that public relations' job is at the end of the cycle. We will not succeed if the source is not improved. For that reason, we, together with the Directorate of Internal Compliance and other relevant directorates, will analyze, for example in terms of facilities, if the licensing and

access are already appropriate. We have to regard that facilities are the responsibility of every unit, not only the Director of Facilities. We are currently working on a tutorial video concerning access licensing that people would be able to download from the internet. We would also improve our website, not only in terms of interface but also the blueprint and material, which hopefully will be more interactive.

People nowadays tend to complain to the contact center, instead of in writing. Complaining through the telephone is usually emotional. We want to change this. We want to encourage people to convey their problem in writing, and find the answer from the tutorial video. Further questions could be asked through twitter. At least by writing their emotion is already diminished. We are planning on establishing a cyber team under the Subdirectorate of Communication and Publication. This is important because generation Y loves to use social media, which is a very vulnerable media because, for example, a person with 2.5 million followers could easily spread negative opinion about customs and excise. On the contrary, a person with 2.5 million followers could also spread a positive opinion to their followers. Controlling this will be the task of the Cyber Team.

What about the new tagline?

I learned the importance of tagline from Pak Deni (Deputy Director of Communication and Publication.red). He said that a good tagline must be concise, ambitious yet humble. We chose ***Makin Baik*** (a better DGCE. red) because it shows our intention of becoming the leading agency.

We would like to convey two messages with this tagline, one, we promise that customs and excise will indeed be better; and two, we would like people to ask if it is true that DGCE is getting better. Because our approach is stakeholder engagement, we would like to encourage opinions and comments which we could use to improve ourselves. We want it to be

challenging. A better DGCE means that tomorrow is better than yesterday. Everyday shall be full of perfection and innovation.

I want this tagline to encourage my colleagues to commit to be better because the public is judging us. We want to make a more massive publication. As you can see, even in our transport busses, there are pictures and our taglines. Because this is one of our tools to promote our new tagline, the busses and minibusses must be a good example to other drivers on the road by obeying the regulations and driving safely. We have coordinated with the Secretariat General, which is responsible for the transport, to remind their drivers to drive safely and in accordance with the regulations.

Is there any other audio visual media that you use for publication?

We are preparing new channels, TV Channel and Radio Channel. The radio channel is ready to go live. We are also planning on installing a videotron in the Kalimantan building that people caught in the traffic in the road or the highway in front of the headquarters could watch.

We are also planning on building a public room at the Sulawesi building. We used to have a program called Customs goes to Campus, and now we would like to initiate a new program called Campus Visits Customs. In the public room there will be a library and a cinema room. We are also planning different visit packages. Package A, for example, will consist of visiting the headquarters and detector dog training center; or package B where visitors visit the headquarters and the dog detector training center along with the tour guide, and watch a short video about DGCE. If possible, in every visit, we want Echelon II officials or even the Director General to welcome the visitors. We are also preparing room specifically for meeting with reporters or interview that looks like a museum. We want to make it less formal than what we usually do in the press release at the

media center.

What is your expectation from the rebranding?

As I explained above, what we are doing and planning on doing are for the rebranding. With our tagline ***Makin Baik***, we want to encourage everyone to work together in order to carry out their function better and more accurate. We at the public relations have our own tagline. There is this idiom 'thinking out of the box.' We are 'thinking without the box.' We are trying not to be creative and not follow the mainstream, as long as we are productive. We want to use our creativity to create work that is positive and bring progress for everyone. We do not want to limit creativity.

What is your impression after being involved with public relations, which probably is something unfamiliar for you?

I am very impressed because I found a lot of challenges and something new. I am usually more involved in economic matters and I found the dynamics of public relations to be very interesting. I am also very grateful to the Director General because I am blessed with excellent officers and staff members. Even then, we cannot work alone. Because we are working to promote the work of everybody, we need support and cooperation from all echelon II at the headquarters and regional offices, as well as from the heads of customs offices.

I feel like someone who just gets an interesting "new toy". Different problems come and go everyday. Media work is very challenging. I have to communicate with reporters everyday, and face people with different and unique behaviors. Someone, for example, once texted me with a threatening message, but once I met him, he was actually a very nice person. I also now realize that the media is very powerful and could influence the masses quickly even it is only through a writing.

(Ariessuryantini)



Customs Office of Sumbawa

Tiny Office with Large Revenue

As an office that has a revenue collector character, Customs office of Sumbawa is a mainstay in the region. Nearly 75 % of revenue of Regional Customs Office of Bali, West Nusa Tenggara, and East Nusa Tenggara obtained from this office.

The heat was directly felt when WBC team arrived in ‘Tana Samawa’. The island that is located between the western part of Lombok Island and the eastern part of Komodo Island that dominant with rock. In fact, some people believe the myth that says that Sumbawa is a giant rock that suddenly appeared from the ocean.

Geographically, Sumbawa and Lombok also have many similarities with the Java and Bali Islands. The weather is dry and hot, but the land is dominated by savanna and mountains. Mountains in Sumbawa are overgrown by short trees with tiny leaves, also rocks protruding from the ground.

In this island, Customs Office

of Bima established. After decades, the office which was previously located in City of Bima, Sumbawa island east end, since 1 April 2015 the office moved to Sumbawa Besar. The decision is in accordance with the Decree of the Minister of Finance number 206.3/PMK.01/2014 on Organization and Working Procedure of Vertical Institutions of Directorate General of Customs and Excise (DGCE). Then the establishment of a new office that had been domiciled in Sumbawa Bima was reinforced by the Decree of the Director General of Customs and Excise No. KEP 69/BC/2015.

The position of the new office which is located in Sumbawa Besar makes it closer to the stakeholders and makes the control function more central. Besides, the coordination



While export through special port of PT NNT in Batu Hijau Project Area, Benete is in form of copper concentrate as much as five to six ships a month, while import is dominated by heavy equipment for mining purposes of PT NNT.

Nur Cahyono Mustika Jati
Kepala Bea Cukai Sumbawa

with Customs Office of Mataram in Lombok Island and Regional Customs Office in Bali Island is easier and cheaper. This condition is felt to be sufficient to enhance the performance

of the employees there.

Customs Office of Sumbawa currently supervises around 54 thousand square kilometers with 17 employees. Its work area includes the City of Bima, Bima, Dompu, Sumbawa Besar and West Sumbawa. In Sumbawa Besar, its work area includes Seaport of Badas, Control Post of Plampang, Labuhan Alas, Labuang Burung, Brang Biji Airport and Ferry Sea Ports of Pototano.

In West Sumbawa, there is a Assist Office of Benete at sea ports, as well as Control Post of Taliwang. In the city of Bima, there is a Control Assist Office of Bima Seaport. Meanwhile in Bima District there is a Control Post of Sape Ferry Seaport and Control Post of Palibelo Airports, while in Dompu there is a Control Post of Calabai and Kempo.

Talking about the revenue collection, this office has a target that is not little. In 2015 the office was given a target of Rp 760 billion, but this office surpassed it with Rp 1.5 trillion. It made the target in 2016 raised to Rp 1.1 trillion. "If the target is divided to all employees, one man should collect as much as Rp 100 billion. Alhamdulillah until now, per July 1, 2016, we have collected as much as Rp 671 billion. Because the position of our office is in the central point, it makes it easier for us in terms of supervision and services primarily to the major stakeholders,



PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT), "said Head of Customs Office of Sumbawa, **Cahyono Nur Mustika Jati**.

He revealed the factor that led to the target surplus from in 2015 was due to the increase of exports of mining products such as copper concentrate of PT NNT. That Mining Company in Benete, West Sumbawa contributed Rp 1.4 trillion or 115 percent of the set target, while the import duty revenue in 2015 was Rp 65 billion. Non-fulfillment of the import

duty target was due to the exemption of import duty on several importations under ASEAN Trade in Goods Agreement (Form D). The decrease of activity in mine site also contributed to the decrease of the importation of supporting means.

"Export of general commodity (corn) in our work area is through the Port of Badas. While import is inform of bulk asphalt for road infrastructure purposes on Sumbawa and Lombok Island. While export through special





port of PT NNT in Batu Hijau Project Area, Benete is in form of copper concentrate as much as five to six ships a month, while import is dominated by heavy equipment for mining purposes of PT NNT, "said Cahyo.

Newmont as the Mainstay of Revenue

Customs Office of Sumbawa is a small office but has great potential. Mineral potentials in Sumbawa Island are very rich. There are iron, manganese, bauxite, copper, and gold. Currently, there is only PT

NNT operates to mine in Sumbawa. Originally there were three local companies exporting iron ore in the island, but now all three have folded as they face the obstacles arising out from Mining Law and export license.

PT NNT gained an export license after the agreement with the Ministry of Trade and the Ministry of Energy and Mineral Resources to pay joint-fee of USD 2.5 million as guarantee for smelter construction (plant of processing and refining of concentrate). PT NNT obtained relief of export duty from 40 percent in previous year to 7 percent in 2016. "As

a fiscal apparatus that collect state revenue, we will serve as long as there is an Export Approval," said Cahyo.

In its official page (www.ptnnt.co.id), it is mentioned that PT NNT is a joint venture owned by Nusa Tenggara Partnership B.V, PT Multi Daerah Bersaing (PT MDB), PT Pukuafu Indah and PT Indonesia Masbaga Investama. Newmont and Sumitomo act as operators of PT NNT to mine in Batu Hijau. Batu Hijau is a copper mine with associated minerals of gold located in the southwest of the island of Sumbawa, in the Sekongkang, West Sumbawa District, West Nusa Tenggara Province.

Findings of porphyry copper deposits began in 1990, later named with Batu Hijau project. After undergoing the technical and environmental assessments for six years, in 1996 the Government of Indonesia approved the Environmental Impact Assessment for PT NNT, and in 1997 the construction of the Batu Hijau Project officially started with a total investment of USD 1.8 billion. Furthermore, this company became fully operational in March 2000 to present. Currently, PT NNT has targeted to produce 700,000 tons of copper concentrate.

Because of the duties and functions of Customs Office of Sumbawa dominant in the mining industry, especially in PT NNT, the process of sampling, laboratory testing process, and drafting must be done by Customs officers carefully because it is the key to determine the export duty.

According to Cahyo, his office maintains personal approach with colleagues in Sucofindo in terms of knowledge of the content of the mines, plus the Customs officers stay in the same mess with Sucofindo officers in PT NNT. "We learned a lot from them about how to get a good concentrate grade. We must strictly monitor until we are absolutely sure that we test sample is from the field. So we keep an eye on sampling process. We also conduct laboratory test in Office of Examination and Identification of



Goods in Cempaka Putih Jakarta or Surabaya," said Cahyo.

In 2016, Customs Office of Sumbawa has published 14 Letters of Determination of Tariff and Customs Value as the results of laboratory tests that generate the added costs to pay as much as Rp 8.6 billion. Cahyo acknowledged that customs matters are more complex, different from the excise that is relatively simpler. In doing so, Customs Office of Sumbawa is equipped with adequate IT facilities. Since 2015, this office has been successfully using e-billing. National pilot project to test the e-billing is applied in Assist Office of Benete, Sumbawa at PT NNT was considered successful.

In addition to export services of mining products such as copper and gold concentrate in PT NNT, this year,



the export activities include variety of commodities, namely coal, fish, and corn.

Groupers are mainly concentrated in Rakit Island, while corn spread throughout the island of Sumbawa.

"We have to actively come to the stakeholders as the form of a trade facilitator. These Sumbawa geographical conditions are difficult while stakeholders need fast service so then we opened Assist Offices in Bima and Benete in the area of PT NNT," said Cahyo.

There are six excisable goods employers, mainly liquor, in Lakey Beach and Moyo Island, the famous places for tourist. Moyo Island is commonly visited by many foreign tourists because it is a tourist stopover line from Bali and the Gili Trawangan who will be heading

to the Komodo Island. In addition to the two places, there are other famous tourist destinations in Sumbawa Island, among others Baru Beach, Kencana Beach, Tanjung Menangis, Saleh Bay, Satonda Island, and Mount Tambora.

Meanwhile, Head of Internal Compliance and Counseling Sub Section of Customs Office of Sumbawa, Herman, revealed that in 2015, the enforcement on excise-related matters were five cases, especially the distribution of cigarettes without excise bands. "We routinely perform socialization of customs and excise to all corners of the island. We also have coordinated with the Government of Bima and Sumbawa Besar in terms of socialization in the field of excise. it could reach 18 times a year," said Herman who is known adept at using a variety of local languages, including Bima, Sumbawa and Bali languages.

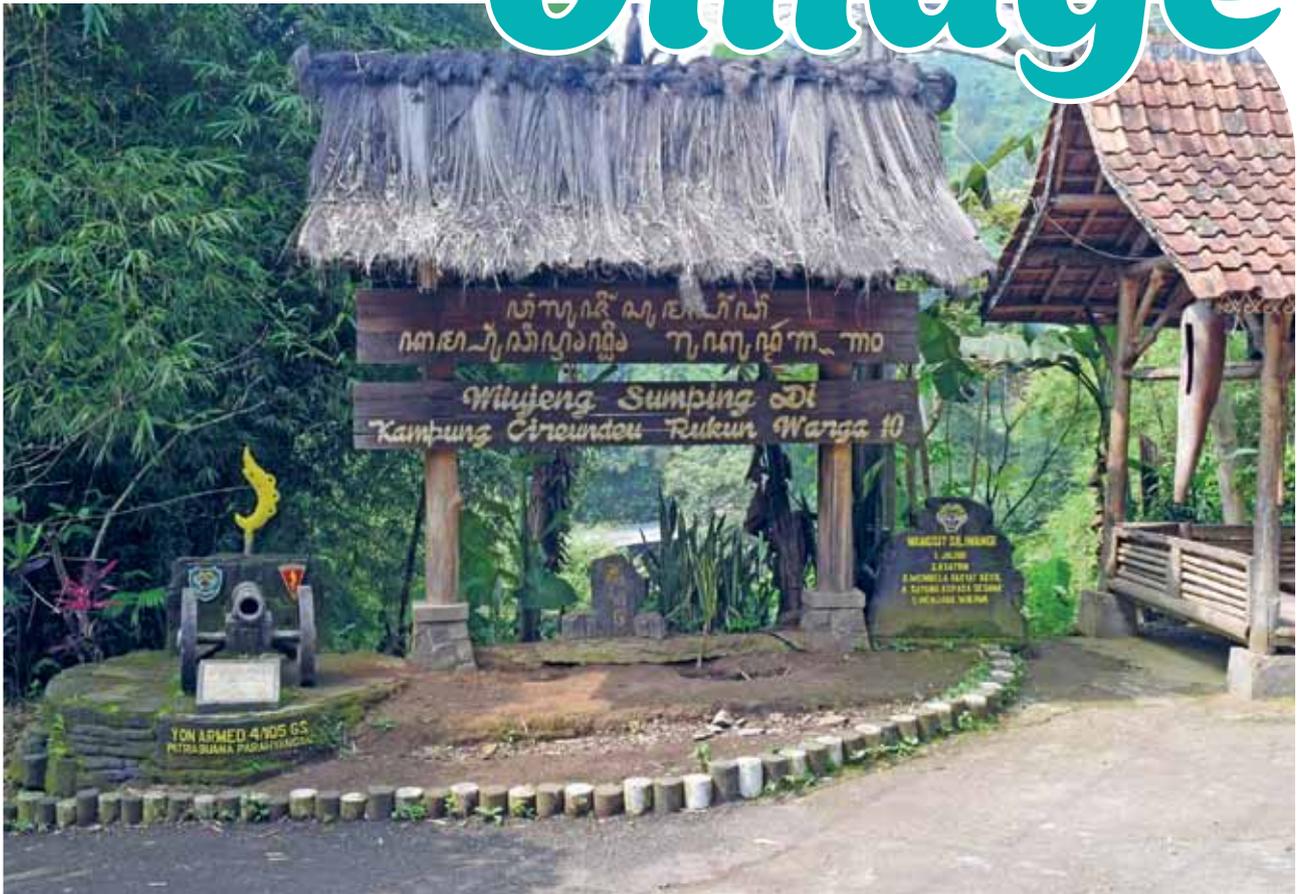
(Supomo /Aries)

Revenue Achievement of Customs Office of Sumbawa in 2015

Types of Revenue	Target (Rp)	Realization (Rp)	Percentage (%)
Import Duty	102.539.872.000	65.073.703.000	63.46
Export Duty	1.210.007.000.000	1.400.406.225.000	115.74
Total	1.312.546.872.000	1.465.479.928.000	111.65

Source: Customs Office of Sumbawa

Cirendeu Village



West Java is known to have many interesting tourism spots, such as Naga Village, Cikondang Village, Kampung Urug as some among many indigenous villages that offer local wisdom.

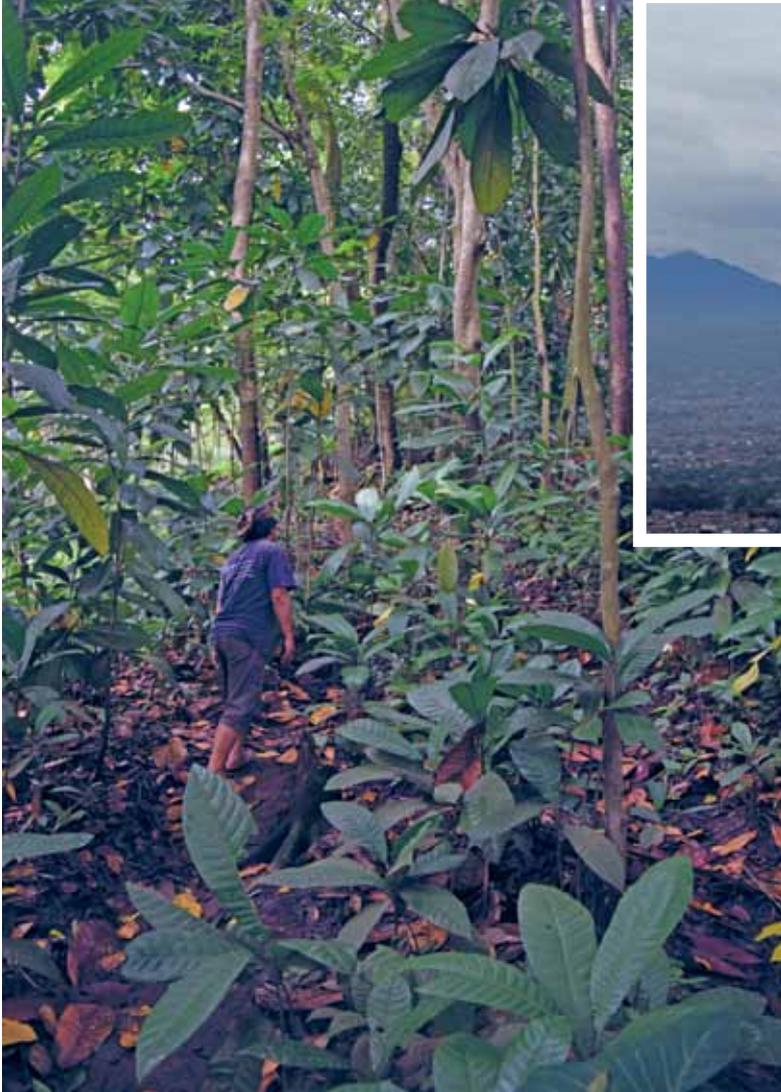
The author has tried to provide one of the villages scattered in West Java, namely Cirendeu Village. Probably, many of us have not heard about this place. This village is one of the indigenous villages that have survived more than four centuries by consistently upholding sublime

cultural values.

The writer's journey to the village was smooth. The people around the village were quite friendly and cooperative. They directed the author to meet the Head of Neighborhood to hold a question and answer about Cirendeu village.

Gusti nu ngasih, Alam nu ngasah, Manusa nu ngasuh is a slogan that is firmly held by villagers who uphold the importance between synergy and nature. Cirendeu Village itself is located in Leuwigajah Village, District of South Cimahi, West Java. The readers who often travel to Bandung may be familiar with Baros Toll Road. Cirendeu Village can be

reached in about 30 minutes from the exit toll of Baros. The villagers consume cassava as the daily staple food, different with most of Indonesian who consume rice. This is coming from a bleak history of Dutch Colonialism. In the Dutch colonial era, all the staples, which had a high value, must always be submitted to the colonial government as a tribute. In Sundanese term "Belanda mah ngajajah beuteung, lamun hayang dahar ngeunah kudu jadi Baladna" which means the Dutch colonized nation to make the Indonesian people starving and people who want a good meal should be a spy for the Dutch. The elders of this village began to



think about various alternatives to alleviate his village to be independent in food. A wide variety of staple food alternatives had been tried from tubers until the beans before finally chose cassava as an alternative. Cassava is chosen as a preventive solution of crop failure and also it can be planted in any season and can be harvested throughout the year. The villagers chose the cassava with high cyanide content. It was a measure to prevent the Dutch to seize cassava as a tribute. Way of making bitter cassava to be ready to consume had several phase-stages that were originally kept as secret that passed down through the generations. It used traditional tools such as fabric and *tanggog* (woven bamboo). After

the independence, it is no longer a secret. One of the traditional leaders, Mrs. Omah Asmanah received a certificate of appreciation from the Cimahi Government in food matter for patenting the process of making cassava in Cirendeu village into a decent meal.

Besides being used as a staple food, cassava is also used as an ingredient in a variety of cakes and snacks. This is because many requests of Cirendeu Village visitors who often ask for a souvenir to take home. Cassava flour as the substitution of wheat flour turned out to have a taste that is not less tasty. Cirendeu has become the baking center since 2008 and it helps the people's economy positively.

From the writer's observation, many of the people around the village Cirendeu also consumed cassava as a staple food. Generally, we can see the housewives process the cassava in the courtyard of houses.

Cirendeu village community has its own protected forest called *Hutan Larangan* (forbidden forests) and *Hutan Tutupan* (restricted forest). *Hutan Larangan* is not open for public, only the indigenous people are allowed in order to maintain the condition of the water source to prevent damage, while *Hutan Tutupan* is possible to visit but must be accompanied by the indigenous people.

It turned out that *Hutan Tutupan* has an interesting spot to capture the view of Bandung. There is some area in *Hutan Tutupan*, namely *Hutan Baladahan* where the visitors must take off the footwear. The author's favorite spot to take pictures is the *Batu Cadas Gantung* (Hanging Rock) or *Gajah Langu*. This place can be reached within approximately one hour walk from the Cirendeu Village. On the middle of the way to the spot, visitors will be spoiled with the landscape of cassava planting and the beautiful natural scenery. Arriving at the *Batu Cadas Gantung*, visitors can enjoy almost 180° views of the city of Bandung and its surroundings.

When Naga Village in Tasikmalaya



still maintains traditional houses from generation to generation, people in Cirende Village accept the development progress therefore people's homes are built contemporary. People in Naga Village have left the cult and have affiliated with the legitimate religion in Indonesia, while people in Cirende still adhere to the teachings of the ancestors or the teachings of tradition to this day although it is still not recognized by the government. Indigenous beliefs have become the cause of many problems for villagers, such as difficulty in education access, difficulty in creating account at a private bank, and difficulty in obtaining deeds. A wide variety of researchers who have visited this village give their classification of each of the beliefs namely *Cirende Madraisme*, teaching of *Jawa Sunda*, *Sunda Karuhun* or *Sunda Wiwitan*.

Like most other indigenous villages, people in Cirende often hold traditional ceremonies at weddings, births, deaths, and annual ritual called *Syura-an* or *Saka Sunda* New Year which this year falls in October. *Syura-an* ceremony is celebrated as the indigenous peoples' gratitude for the grace of the Almighty and is usually celebrated on a large scale. Over the years various government agencies, representatives of other indigenous villages, communities, groups and circles regularly participate and contribute in this event. *Sura-an* held in a full day, starting from the morning ritual by doing "*ngajayak*" (walk around the village) from the gate of the village and ends up at the village hall. Arriving at the village hall, the group was greeted by musical instrument, *angklung*. After all, a village elder delivered his remarks continued by



Ngurah Tumpeng made from cassava.

In the evening, the group returned to perform the ritual around the village carrying the torch. After that, the art performances were held such as *Kidung Bumi Segandu*, *Jaipongan*, martial arts, karinding, calung, marawis, and usually ended with a puppet show. According to the last census conducted by the government, Cirende villagers were

70 households, all of them gave their contribution in their own way for the sake of the success of this event.

Cirende villagers hope that the government creates a separate law that essentially accommodates them to enjoy their rights as citizens as they face the faith/religion constraint. It is not exaggerating when Cirende village becomes interesting place to visit for history and culture lovers. (*)

You Get What You Give

Kahlay Shelwy

Kahlay believes that hardwork and determination are key to be able to work at a government institution without relying to a backdoor way.

Finding people of Indian descentance in Medan, North Sumatra, is easy. Most are merchants or traders. Some work as civil servants, like Kahlay Shelwy, of Tamil, an Indian tribe, descentance, who work for customs and excise.

Kahlay is working at the customs service office of Kuala Namu at the Dissemination Subsection, under the Dissemination and Information Service (PLI) Section, which is the first post she is designated to after her inauguration as a civil servant at customs and excise.

Kahlay used to be enrolled at the University of North Sumatera (USU) majoring in Industrial Engineering. The thought of working at customs and excise never crossed her mind until her brother, a customs and excise officer himself, challenged her to apply for the student opening at the State College of Accountancy (STAN).

“My brother informed me of the opening at STAN and from his stories I thought at that time that it would be an interesting experience. He also challenged me to pass the test among the hundreds of other applicants and that made me even more curious,” she said with her North Sumatra dialect.

She is relatively inexperienced





as she has only started working for a few months. Kahlay said that she is tomboy and loves semi-military activities, like SAMAPTA which she must participate in in her early career. “It was sometimes annoying, but looking back, I am proud that I completed it,” she said with smile while reminiscing her experience.

Her daily activities at PLI section revolve around planning PR and dissemination-related activities for the public and service users, as well as updating the content of the official website of the customs service office of Kuala Namu. “I don’t do everything myself. I work with my colleagues at the PR team,” she added.

Kahlay, who was born on 10 February 22 years ago, is a direct descendant of a Tamil family who have been living in Medan for generations, and unlike other Tamil families who opt to live in a community in Madras Village, Medan, her family have moved out of the village.

Moving to a new environment requires her to adapt with the local culture. But she maintains her Tamil cultures that she deem to be not against the local culture, such as wearing a bindi (a dot on the center

of the forehead), which, according to her, for those who are not married could come in red or white.

Kahlay also sometimes leaves work early because she has to attend the afternoon prayer at the temple with her family. She is lucky to have superiors and colleagues who are very understanding, including to her inability to eat meat due to her religion’s teachings. “They sometimes make fun of me, but I don’t mind,” she giggled.

Being an Indonesian and being raised in Medan affects her taste and she admits that she is not fond of Indian cuisine, and likes North Sumatran food more. She is also not fluent in Tamil because she speaks Indonesian daily. “My mom speaks Tamil but her children speak Indonesian with Batak dialect.”

While tomboy, she actually practices art. She draws as her pastime. She also loves travelling but is afraid of flying because, as a child, she was often told scary stories about flying on an airplane.

She laughed and said, “Friends or families sitting next to me would be anxious because I would panic even for the slightest turbulence. I would pray and pray, believing that if I stop

praying the plane will continue to tremble. This is why I hope, in the future, I will not be posted too far from here.

As an India descendant, Kahlay would really love to travel to India and see the way of life of the Tamil tribe in India. In Medan itself, most of the Indians living there are of Benggali and Tamil tribe; though, Benggali is more common and the language is more commonly used on TV shows.

Kahlay, the youngest of three, has the principle that “you reap what you sow. If we think and act positively to other people, they will do the same to us, and vice versa. You get what you give.”

She is determined to contribute more to customs and excise. As the second member of her family, after her brother, to work at a government institution, Kahlay intends to show that she does not need to rely on illegal means to be a civil servant. “Many in my families thought that I only become a civil servant because of my brother’s influence and because I paid. I know that is not true and it is no longer possible to do so. I want to prove them wrong.”

(DesiPrawita)

KALKULATOR PABEAN

Membantu Anda untuk menghitung Bea Masuk dan Jaminan



IMPOR UNTUK DIPAKAI



IMPOR SEMENTARA



<https://goo.gl/vtYRnS>





HUT REPUBLIK INDONESIA

ke-77th

