

GOOD CORPORATE GOVERNANCE UNTUK MENINGKATKAN TRUST DAN REPUTASI PADA BEA CUKAI DI JAWA TENGAH

Fajar Kurniawan¹, Siti Sumiati²

fajark.work@gmail.com¹

Universitas Islam Sultan Agung

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penerapan prinsip Good Corporate Governance (GCG) dalam meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap KPPBC TMP A Semarang. Pertanyaan penelitian ini mencakup tiga aspek utama: (1) Kebijakan dan praktik GCG yang diterapkan oleh KPPBC TMP A Semarang, (2) Upaya KPPBC TMP A Semarang dalam membangun citra dan reputasi positif melalui penerapan GCG, dan (3) Rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan penerapan GCG dan memperkuat kepercayaan serta reputasi KPPBC TMP A Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, melibatkan pengumpulan data melalui arsip, wawancara, kuesioner, dan observasi. Informan penelitian terdiri dari tiga stakeholder KPPBC TMP A Semarang dan tiga masyarakat sebagai penerima manfaat dari pelaksanaan GCG. Analisis dilakukan menggunakan metode SWOT dan analisis kesenjangan antara kondisi ideal dengan praktek riil, serta pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk pemilihan alternatif strategi terbaik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dan praktik GCG di KPPBC TMP A Semarang telah menunjukkan komitmen dalam meningkatkan kualitas layanan dan kesesuaian dengan SOP, serta meraih predikat Wilayah Bebas Korupsi sebagai bukti penerapan GCG yang efektif. Upaya untuk membangun citra positif meliputi optimalisasi prestasi dan pemanfaatan kekuatan internal dalam meningkatkan kualitas layanan. Rekomendasi perbaikan mencakup alokasi sumber daya tambahan untuk komunikasi publik, peningkatan literasi dan edukasi publik melalui teknologi, serta memperkuat komunikasi publik untuk mengurangi persepsi salah. Strategi-strategi yang disarankan untuk membangun citra dan reputasi positif meliputi pemanfaatan kesesuaian pelayanan dengan SOP, peningkatan kualitas layanan melalui teknologi, edukasi publik, alokasi sumber daya untuk komunikasi publik, dan pemanfaatan prestasi Wilayah Bebas Korupsi untuk mengatasi stigma negatif.

Kata Kunci: Good Corporate Governance, Public Trust, Corporate Reputation.

Abstract

This study examines the application of Good Corporate Governance (GCG) principles in enhancing public trust in KPPBC TMP A Semarang. The research addresses three main questions: (1) What are the GCG policies and practices implemented by KPPBC TMP A Semarang? (2) What efforts has KPPBC TMP A Semarang made to build a positive image and reputation through the application of GCG? (3) What recommendations can be proposed to improve the implementation of GCG and strengthen trust and reputation for KPPBC TMP A Semarang? The study employs a qualitative descriptive approach using a case study method, involving data collection through archives, interviews, questionnaires, and observations. The informants include three stakeholders from KPPBC TMP A Semarang and three members of the public who benefit from the implementation of GCG. Analysis is conducted using SWOT and gap analysis between ideal conditions and real practices, along with the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) approach to select the best strategic alternatives. The findings indicate that the GCG policies and practices at KPPBC TMP A Semarang demonstrate a strong commitment to improving service quality and compliance with SOPs, as evidenced by its achievement of the Predikat Wilayah Bebas Korupsi (Corruption-Free Zone) status. Efforts to build a positive image include optimizing achievements and leveraging internal strengths to enhance service quality. Recommendations for improvement include allocating additional resources for public communication, enhancing public literacy and education through technology, and strengthening public communication to correct misconceptions.

Suggested strategies for building a positive image and reputation involve utilizing service compliance with SOPs, improving service quality through technology, public education, allocating resources for public communication, and leveraging the Corruption-Free Zone achievement to address negative stigma.

Keywords: *Good Corporate Governance, Public Trust, Corporate Reputation.*

PENDAHULUAN

Dalam konteks organisasi pemerintahan, implementasi Good Governance menjadi kunci utama untuk menciptakan sistem pemerintahan yang transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab, sejalan dengan prinsip-prinsip demokrasi dan efisiensi pasar (Beshi & Kaur, 2020). Konsep ini menekankan pentingnya penghindaran dari penyalahgunaan dana dan pencegahan korupsi, yang merupakan tantangan utama dalam pengelolaan anggaran dan akuntansi di sektor public (Nasrun, 2019).

Sejak era Reformasi, Indonesia telah berupaya keras untuk merombak sistem pemerintahannya, menuntut adanya praktek demokrasi yang lebih bersih dan pengelolaan yang lebih terbuka kepada publik. Meskipun masih terdapat kendala dalam penerapan penuh Good Governance, terutama terkait dengan kecurangan dan kebocoran dalam pengelolaan dana, langkah-langkah signifikan telah diambil untuk meningkatkan transparansi dan partisipasi publik dalam pengawasan keuangan negara. Hal ini dilakukan melalui peningkatan akses informasi terhadap APBN, serta pembentukan undang-undang, regulasi, dan lembaga yang mendukung tata kelola yang baik (Keban, 2000).

Perubahan ini tidak hanya menciptakan dasar yang lebih kuat untuk akuntabilitas manajerial di sektor publik, tetapi juga mendorong perubahan positif dalam praktik bisnis melalui penerapan Good Corporate Governance. Melalui pendekatan yang lebih terintegrasi dan bertanggung jawab ini, organisasi pemerintahan di Indonesia bertujuan untuk mencapai pemerintahan yang bersih, amanah, dan mampu memenuhi harapan masyarakat (Keban, 2000). Hal ini secara tidak langsung menguatkan fondasi bagi pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan, membawa Indonesia menuju pemerintahan yang lebih efektif dan efisien, yang pada akhirnya akan membawa dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, implementasi Good Governance dalam organisasi pemerintahan tidak hanya esensial untuk memperkuat demokrasi dan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga untuk menginspirasi perubahan positif di sektor swasta, mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab.

Di lingkungan Kantor Bea Cukai, implementasi Good Governance memegang peranan penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan perbatasan dan perdagangan. Sebagai garda terdepan dalam pengawasan masuk dan keluarnya barang di suatu negara, Bea Cukai berperan vital dalam mencegah praktek ilegal, seperti penyelundupan dan penghindaran pajak, sekaligus memastikan kelancaran arus barang yang legal. Penerapan prinsip-prinsip Good Governance di kantor Bea Cukai mencakup transparansi prosedur, akuntabilitas dalam pengambilan keputusan, serta pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan pelaku usaha.

Melalui penggunaan teknologi informasi yang canggih dan sistem manajemen yang modern, Bea Cukai berusaha untuk menyederhanakan proses pemeriksaan barang dan dokumen, mengurangi waktu tunggu, dan meminimalisir kontak fisik yang berpotensi menimbulkan praktik korupsi. Selain itu, Bea Cukai juga aktif melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha tentang regulasi dan kebijakan yang berlaku, dengan tujuan untuk meningkatkan kepatuhan dan

membangun kemitraan yang positif.

Dalam konteks pelayanan Bea Cukai, berbagai fenomena telah menunjukkan bagaimana GCG dapat mempengaruhi persepsi dan kepercayaan masyarakat. Misalnya, penerapan sistem pelayanan berbasis teknologi informasi yang transparan dan mudah diakses oleh publik telah memberikan kemudahan bagi pengguna jasa dalam memonitor proses kepabeanan dan cukai yang mengurangi kemungkinan praktik korupsi dan meningkatkan efisiensi pelayanan. Selanjutnya, KPPBC TMP A Semarang yang menerapkan sistem pengaduan online memungkinkan masyarakat dan pelaku usaha untuk melaporkan permasalahan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan, yang kemudian ditindaklanjuti dengan cepat dan efektif. Hal ini mencerminkan akuntabilitas dan responsibilitas lembaga dalam melayani publik.

Namun, di sisi lain, tantangan juga muncul ketika terjadi kasus-kasus tertentu yang menimbulkan persepsi negatif, seperti penyalahgunaan wewenang atau korupsi oleh oknum pegawai Bea Cukai. Beberapa kasus yang terjadi pada rentan waktu tahun 2022 hingga 2024 memiliki dampak besar terhadap penurunan reputasi Bea Cukai. Kasus-kasus seperti gaya hidup mewah beberapa oknum pegawai Bea Cukai, kasus importasi emas, serta kasus-kasus terkait ekspor dan impor barang dari dan keluar negeri memberikan dampak yang cukup signifikan bagi reputasi Bea Cukai. Apabila dilihat pada data Google Trends tahun 2022 hingga 2023, ditemukan bahwa pencairan Google terkait “Kepala Bea Cukai Makassar”, “Importasi Emas”, “Korupsi Bea Cukai” meningkat tinggi. Fenomena seperti ini menunjukkan pentingnya penguatan mekanisme kontrol internal dan penegakan hukum yang tegas dalam rangka mempertahankan integritas dan meminimalisir potensi penyalahgunaan. Pelayanan publik melibatkan interaksi antara warga masyarakat dan instansi pemerintah. Konsep Paradigma New Public Service (NPS) menganggap masyarakat sebagai warga negara yang memiliki hak dan kewajiban yang sama, bukan hanya sebagai konsumen. Dalam paradigma ini, partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan pemerintah dianggap penting, sehingga mereka terlibat dalam proses pembuatan keputusan. Di sisi lain, KPPBC TMP A Semarang menghadapi beberapa tantangan dalam memberikan pelayanan dan pengawasan terhadap barang impor dan ekspor, seperti pembongkaran barang di luar kawasan pabean dan pengiriman barang curah. Proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama dan menuntut pengguna jasa kepabeanan untuk mengajukan izin kepada kepala kantor, yang kemudian harus disampaikan ke KPPBC TMP A. Hal ini mengharuskan pengguna jasa untuk menyiapkan dokumen izin serta biaya transportasi dan akomodasi yang diperlukan.

Salah satu indikator utama responsivitas dalam pelayanan publik adalah kemampuan untuk berinovasi dalam menyediakan layanan (E. D. Hadi & Syaiful, 2021). Inovasi di sini merupakan upaya untuk menjawab tantangan yang dihadapi dalam pelayanan publik. Institusi pelayanan berusaha membangun inovasi dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja mereka dalam melayani masyarakat. Persepsi kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi publik menjadi kunci penting dalam upaya meningkatkan pelayanan tersebut.

Dalam upaya terus meningkatkan trust dari masyarakat dan memperbaiki reputasi, KPPBC TMP A Semarang perlu terus meningkatkan implementasi GCG secara konsisten dan berkelanjutan. Melalui komunikasi yang efektif, transparansi dalam proses kerja, dan penegakan hukum yang adil serta tidak diskriminatif, KPPBC TMP A Semarang dapat memperkuat posisinya sebagai lembaga pemerintah yang dapat diandalkan dan dihormati, tidak hanya oleh masyarakat dan pelaku usaha dalam negeri tetapi juga oleh komunitas internasional. Meraih kepercayaan dari masyarakat dan

memiliki reputasi yang baik merupakan sebuah perjalanan berkelanjutan yang membutuhkan komitmen dari semua pihak untuk terus memperbaiki diri dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan regulasi.

METODE PENELITIAN

Salah satu bentuk penelitian kualitatif deskriptif adalah dalam bentuk penelitian dengan menggunakan metode atau pendekatan studi kasus. Penelitian ini fokus secara mendalam pada satu obyek khusus yang dianggap sebagai kasus. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami dengan cermat dan menyeluruh. Nawawi (2003) menjelaskan bahwa "data dalam studi kasus dapat diperoleh dari berbagai pihak yang terlibat, yang berarti bahwa informasi dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber." Sebagai penelitian kasus, data yang dikumpulkan bersumber dari berbagai sumber, dan temuan penelitian ini hanya berlaku untuk kasus yang sedang diselidiki.

Arikunto (2016) lebih lanjut menyatakan bahwa "metode studi kasus, sebagai salah satu bentuk pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga, atau fenomena tertentu dengan cakupan area atau subjek yang terbatas. Studi kasus sering kali menggunakan metode pengumpulan data seperti arsip, wawancara, kuesioner, dan observasi. Buktinya dapat bersifat kualitatif (seperti kata-kata), kuantitatif (seperti angka), atau keduanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kebijakan Dan Praktik-Praktik GCG Yang Diterapkan Oleh KPPBC TMP A Semarang

KPPBC TMP A Semarang menerapkan berbagai kebijakan dan praktik Good Corporate Governance (GCG) untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan efektivitas dalam operasionalnya. Salah satu kebijakan utama adalah perbaikan sistem pelayanan yang dioptimalkan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) dan regulasi yang berlaku, diantaranya mencakup peningkatan kualitas layanan dengan memanfaatkan teknologi terbaru dan sistem kontrol internal yang ketat, sehingga meningkatkan efisiensi dan kepercayaan publik terhadap layanan yang diberikan.

Selain itu, KPPBC TMP A juga fokus pada transparansi dengan berupaya memperbaiki komunikasi publik dan keterbukaan informasi kepada masyarakat. Hal ini dilakukan dengan mengalokasikan sumber daya untuk komunikasi publik dan meningkatkan literasi masyarakat mengenai fungsi dan tugas Bea Cukai.

Meski begitu, KPPBC TMP A menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan stigma negatif yang melekat pada institusi mereka. Untuk mengatasi tantangan ini, KPPBC TMP A mengoptimalkan prestasi mereka dalam meraih predikat Wilayah Bebas Korupsi dan terus melakukan reformasi birokrasi untuk mengatasi persepsi negatif dan kesenjangan informasi yang ada. Dengan menerapkan kebijakan dan praktik GCG secara konsisten, KPPBC TMP A bertujuan untuk membangun citra positif dan meningkatkan reputasi mereka di mata masyarakat serta pemangku kepentingan.

2. Upaya KPPBC TMP A Semarang Dalam Membangun Citra Dan Reputasi Yang Positif Melalui Penerapan GCG

KPPBC TMP A Semarang telah mengambil berbagai langkah strategis dalam membangun citra dan reputasi positif melalui penerapan prinsip Good Corporate Governance (GCG). Salah satu upaya utama mereka adalah perbaikan sistem pelayanan dan peningkatan kualitas layanan yang sesuai dengan standar operasional prosedur

(SOP) dan regulasi. Dengan menerapkan teknologi terbaru dan sistem kontrol internal yang ketat, mereka berusaha untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam layanan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan publik.

Selain itu, KPPBC TMP A berfokus pada transparansi dengan berupaya memperbaiki komunikasi publik dan keterbukaan informasi. Mereka mengalokasikan sumber daya untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai fungsi dan tugas Bea Cukai, meskipun masih menghadapi tantangan terkait keterbatasan sumber daya dan stigma negatif yang melekat pada institusi mereka.

3. Rekomendasi Perbaikan Yang Dapat Diusulkan Untuk Meningkatkan Penerapan Gcg Dan Memperkuat Trust Serta Reputasi Kppbc Tmp A Semarang

Untuk meningkatkan penerapan Good Corporate Governance (GCG) dan memperkuat trust serta reputasi KPPBC TMP A Semarang, beberapa langkah perbaikan yang dapat diusulkan berdasarkan prioritas strategi adalah sebagai berikut:

1. Mengalokasikan sumber daya tambahan untuk komunikasi publik dengan dukungan hubungan emosional yang positif merupakan langkah utama. Meningkatkan alokasi sumber daya untuk komunikasi publik akan memungkinkan KPPBC TMP A Semarang untuk lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan membangun hubungan emosional yang kuat dengan masyarakat. Sehingga dengan demikian membantu memperbaiki persepsi publik dan meningkatkan transparansi, sehingga memperkuat kepercayaan dan reputasi institusi.
2. Mengoptimalkan peningkatan kualitas layanan dengan pemanfaatan teknologi dan sistem kontrol internal juga penting. Dengan memanfaatkan teknologi terbaru dan memperkuat sistem kontrol internal, KPPBC TMP A dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Strategi ini tidak hanya akan memperbaiki efisiensi operasional tetapi juga memastikan bahwa pelayanan yang diberikan memenuhi standar tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan citra positif di mata publik.
3. Meningkatkan transparansi dan keterbukaan melalui sistem pelayanan yang telah diperbaiki merupakan langkah penting untuk mengatasi persepsi yang salah di masyarakat. Berdasarkan wawancara sebelumnya, penggunaan website resmi, media sosial, dan media massa telah diidentifikasi sebagai alat yang efektif untuk mencapai tujuan ini. Dengan mengoptimalkan website resmi Bea Cukai untuk menyediakan informasi yang komprehensif dan mudah diakses tentang prosedur, kebijakan, dan layanan, masyarakat dapat dengan mudah menemukan jawaban atas pertanyaan mereka, mengurangi kebingungan dan kesalahpahaman. Media sosial juga memainkan peran penting dalam memberikan informasi yang cepat dan responsif, memungkinkan Bea Cukai untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, menjawab pertanyaan, dan memberikan klarifikasi secara real-time. Selain itu, kerja sama dengan media massa dapat membantu menyebarkan informasi yang benar secara lebih luas dan efektif, memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan mencapai semua lapisan masyarakat. Kombinasi dari strategi-strategi ini tidak hanya memperkuat citra Bea Cukai tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik melalui keterbukaan dan transparansi yang lebih baik.
4. Meningkatkan literasi dan edukasi publik melalui pemanfaatan teknologi dan reformasi birokrasi harus dilakukan untuk mengatasi kesenjangan literasi. Edukasi yang lebih baik mengenai tugas dan fungsi Bea Cukai akan membantu masyarakat memahami peran mereka dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi. Meningkatkan literasi dan edukasi publik melalui pemanfaatan teknologi dan reformasi birokrasi dapat dilakukan dengan beberapa cara yang efektif.

Pertama, Bea Cukai dapat mengembangkan platform edukasi online yang interaktif, seperti webinar, video tutorial, dan e-learning modules, yang menjelaskan tugas dan fungsi mereka dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan infografis, posting informatif, dan kampanye edukasi yang secara rutin menjawab pertanyaan umum dan mengklarifikasi kesalahpahaman yang ada.

5. Optimalisasi kesesuaian pelayanan dengan SOP dan regulasi untuk meningkatkan kepercayaan publik melalui reformasi birokrasi. Memastikan bahwa pelayanan sesuai dengan SOP dan regulasi dapat memperkuat kepercayaan publik dengan menunjukkan kepatuhan dan komitmen terhadap standar yang ditetapkan. Reformasi birokrasi juga bisa diarahkan untuk mempermudah akses masyarakat terhadap informasi dan layanan, misalnya dengan memperbaiki sistem antrian digital dan menyediakan pusat informasi terpadu yang responsif. Kolaborasi dengan institusi pendidikan dan komunitas lokal juga dapat membantu menyebarkan informasi melalui seminar, lokakarya, atau kegiatan edukasi lainnya. Pendekatan ini akan memungkinkan masyarakat untuk memahami peran Bea Cukai secara lebih jelas, mengurangi kesenjangan literasi, dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi.
6. Memperkuat komunikasi publik untuk mengurangi persepsi yang salah terkait tugas dan wewenang Bea Cukai dapat dicapai dengan meningkatkan transparansi, yaitu menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses oleh masyarakat tentang peran dan tanggung jawab mereka. Ini bisa dilakukan melalui kampanye edukasi publik yang memanfaatkan berbagai platform, seperti media sosial, situs web resmi, dan media massa. Selain itu, kolaborasi dengan media lokal dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi yang akurat dan mengklarifikasi kesalahpahaman, menjadikan media sebagai mitra yang berperan sebagai jembatan informasi antara Bea Cukai dan masyarakat. Informasi yang disampaikan harus tepat dan sesuai dengan kenyataan untuk memastikan pemahaman yang benar di kalangan publik.
7. Edukasi publik untuk mengurangi kesenjangan literasi dan mengatasi ketidakpahaman masyarakat terhadap tugas dan fungsi Bea Cukai dapat dilakukan melalui program-program yang berfokus pada penyebaran informasi dan peningkatan pemahaman masyarakat. Bea Cukai bisa mengadakan workshop, seminar, dan sosialisasi di berbagai komunitas, sekolah, dan universitas untuk menjelaskan peran, tugas, dan fungsi mereka secara langsung kepada masyarakat. Selain itu, penyebaran materi edukasi melalui media cetak, digital, dan media sosial juga bisa menjadi strategi efektif untuk menjangkau lebih banyak orang. Penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan menarik, serta pendekatan yang interaktif, seperti video edukatif, infografis, dan animasi, dapat membantu masyarakat lebih memahami peran Bea Cukai. Melalui edukasi yang berkelanjutan dan terstruktur, Bea Cukai dapat mengurangi kesenjangan literasi dan memastikan masyarakat memiliki pemahaman yang benar tentang tugas dan fungsi mereka.
8. Memperbaiki stigma negative yang melekat dengan menggunakan prestasi Wilayah Bebas Korupsi. Memanfaatkan prestasi ini dapat menjadi alat untuk menunjukkan komitmen terhadap integritas dan transparansi. KPPBC TMP A dapat memanfaatkan prestasi mereka, seperti meraih predikat Wilayah Bebas Korupsi, sebagai alat untuk memperbaiki persepsi publik dan mengatasi stigma negatif. Reformasi birokrasi yang dilakukan juga merupakan bagian dari strategi mereka untuk meningkatkan citra positif. Melalui kebijakan dan praktik GCG yang

diterapkan secara konsisten, KPPBC TMP A bertujuan untuk membangun dan mempertahankan reputasi yang baik di mata masyarakat serta pemangku kepentingan, dengan fokus pada akuntabilitas, transparansi, dan pelayanan yang berkualitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan terkait upaya membangun citra dan reputasi positif melalui penerapan prinsip Good Corporate Governance (GCG), dapat disimpulkan beberapa poin penting.

1. Kebijakan dan praktik-praktik GCG yang diterapkan oleh KPPBC TMP A Semarang telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam peningkatan kualitas layanan dan kesesuaian dengan SOP dan regulasi yang berlaku. KPPBC TMP A Semarang juga telah berhasil meraih predikat Wilayah Bebas Korupsi, yang merupakan bukti konkret dari penerapan GCG yang efektif dalam mengelola organisasi secara transparan dan akuntabel.
2. Upaya KPPBC TMP A Semarang dalam membangun citra dan reputasi yang positif dilakukan dengan optimalisasi prestasi diantaranya adalah predikat Wilayah Bebas Korupsi, yang menunjukkan clean governance. Kemudian, KPPBC TMP A Semarang memanfaatkan kekuatan internalnya seperti peningkatan kualitas layanan dan kesesuaian pelayanan dengan SOP untuk meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, berbagai inisiatif yang mendukung reformasi birokrasi dan pemanfaatan teknologi dalam sistem pelayanan telah memberikan dampak positif terhadap persepsi masyarakat. Upaya-upaya ini telah membantu memperkuat citra Bea Cukai di mata publik dan mendorong peningkatan trust terhadap institusi.
3. Penerapan GCG dan memperkuat trust serta reputasi KPPBC TMP A Semarang, beberapa rekomendasi perbaikan dapat diusulkan. Salah satunya adalah mengalokasikan sumber daya tambahan untuk komunikasi publik yang didukung oleh hubungan emosional positif dengan pengguna jasa. Selain itu, penting untuk meningkatkan literasi dan edukasi publik melalui pemanfaatan teknologi dan reformasi birokrasi, serta memperkuat komunikasi publik untuk mengurangi persepsi salah terkait tugas dan wewenang Bea Cukai.

Saran

Strategi membangun citra dan reputasi positif melalui penerapan prinsip Good Corporate Governance (GCG) berdasarkan analisis QSPM meliputi beberapa langkah integral yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Berikut ini adalah strategi-strategi yang disarankan:

1. Memanfaatkan Kesesuaian Pelayanan dengan SOP dan Regulasi untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik melalui Reformasi Birokrasi.
2. Mengoptimalkan Peningkatan Kualitas Layanan dengan Pemanfaatan Teknologi dan Sistem Kontrol Internal.
3. Meningkatkan Literasi dan Edukasi Publik melalui Pemanfaatan Teknologi dan Reformasi Birokrasi.
4. Mengalokasikan Sumber Daya Tambahan untuk Komunikasi Publik dengan Dukungan Hubungan Emosional yang Positif.
5. Menggunakan Prestasi Wilayah Bebas Korupsi untuk Mengatasi Stigma Negatif yang Melekat.
6. Meningkatkan Transparansi dan Keterbukaan melalui Sistem Pelayanan yang

Telah Diperbaiki untuk Mengatasi Persepsi yang Sala.

7. Memperkuat Komunikasi Publik untuk Mengurangi Persepsi Salah terkait Tugas dan Wewenang Bea Cukai.
8. Mengurangi Kesenjangan Literasi dengan Edukasi Publik untuk Mengatasi Ketidapahaman Masyarakat terhadap Tusi Bea Cukai.

DAFTAR PUSTAKA

- 19(3), 335–342. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen>
Academic, 03(03), 51–57. <https://www.researchgate.net/publication/354753850>
- AKUNTABILITAS LAPORAN KEUANGAN KOPERASI TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN ANGGOTA KOPERASI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(12), 3787–3797.
- Alhassan, I., Adu-Gyamfi, M., & Asafo, S. M. (2020). Formulation and Selection of Strategies Using Quantitative Strategic Planning Matrix: An Empirical Study. 22, 35–42. <https://doi.org/10.9790/487X-2207033542>
- Ali, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Transparan, Akuntabilitas dan Tanggung Jawab terhadap Good Corporate Governance. 2(2). <https://doi.org/10.38035/jim.v2i2>
- Anik, S., Chariri, A., & Isgiyarta, J. (2021). The Effect of Intellectual Capital and Good Corporate Governance on Financial Performance and Corporate Value: A Case Study in Indonesia. In *Journal of Asian Finance, Economics and Business* (Vol. 8, Issue 4, pp. 391–402). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0391>
- Anugerah, R. (2019). PERANAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM PENCEGAHAN FRAUD. *Jurnal Akuntansi*, 3(1), 101–113.
- Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(8), 1–10.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Augusti, F. (2005). *Metode Penelitian Manajemen* (Ed: 2). BP Universitas
- Beshi, T. D., & Kaur, R. (2020). Public Trust in Local Government: Explaining the Role of Good Governance Practices. *Public Organization Review*, 20(2), 337– 350. <https://doi.org/10.1007/s11115-019-00444-6>
- Chun, R., Argandoña, A., Choirat, C., & Siegel, D. S. (2019). Corporate Reputation: Being Good and Looking Good. *Business and Society*, 58(6), 1132–1142. <https://doi.org/10.1177/0007650319826520>
- DahyarDaraba. (2021). PUBLIC TRUST WHAT, WHY AND HOW TO APPLY IT IN CREATING EXCELLENT SERVICE. *Palarch's Journal Of*
- Damayanti, A. F., & Anita Primastiwi. (2021). PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN SISTEM PENGUKURAN KINERJA TERHADAP PENCEGAHAN FRAUD. Invoice:
- De Castro, G. M., López, J. E. N., & Sáez, P. L. (2006). Business and social reputation: Exploring the concept and main dimensions of corporate reputation. *Journal of Business Ethics*, 63(4), 361–370. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-3244-z>
- Diponogoro.
- Earl, M. J. (1989). *Management strategies for information technology*. Prentice- Hall, Inc.,
- Fitri, L. L., & Surjandari, D. A. (2022). The Influence of Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, and Diversity on Board of Directors on Firm Value (Empirical Study on Property and Real Estate Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange from 2017 to 2020). *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 7(8), 229–237. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2022.v07i08.002>
- Hadi, D. P., & Indradewa, R. (2019). The Service Quality Effect on Corporate Reputation, Customers Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Multidisciplinary*.
- Hadi, E. D., & Syaiful, A. AB. (2021). Responsivitas Pelayanan Publik (Studi Kasus Pelayanan Polres Rejang Lebong Terhadap Pengaduan Masyarakat). *Student Journal of Business and Management*, 4(2), 218–239. <https://doi.org/10.28992/ijsam.v3i1.74>
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i12.1103>

- [https://www.bappenas.go.id/files/8214/0288/3124/yeremias 200910151514 31 2389 0.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/8214/0288/3124/yeremias%20200910151514%2031%202389%200.pdf)
- Huber, B., Barnidge, M., Gil de Zúñiga, H., & Liu, J. (2019). Fostering public trust in science: The role of social media. *Public Understanding of Science*, 28(7), 759–777. <https://doi.org/10.1177/0963662519869097>
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Jao, R., Tangke, P., Holly, A., Loandy, B. K., Atma, U., Makassar, J., Tanjung, J., No, A., 23, S., & Selatan, I. (2022). PERAN MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PERUSAHAAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KEUANGAN. *Assets*, 12(1), 138–158.
- Jeffrey, S., Rosenberg, S., & McCabe, B. (2019). Corporate social responsibility behaviors and corporate reputation. *Social Responsibility Journal*, 15(3), 395–408. <https://doi.org/10.1108/SRJ-11-2017-0255>
- Jemunu, M. D., Apriyanto, G., & Parawiyati, P. (2021). Good Corporate Governance, Pengungkapan Sustainability Report dan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 3(2), 93–102. <https://doi.org/10.26905/afr.v3i2.5195>
- Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 17(1), 57-74.
- Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(2), 232–245.
- Karsono, B. (2023). Good Corporate Governance: Transparency, Accountability, Responsibility, Independency dan Fairness (Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(5), 811–821. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i5>
- Keban, Y. T. (2000). Good Governance dan Capacity Building sebagai Indikator Utama dan Fokus Penilaian Kinerja Pemerintahan. *Universitas Gajah Mada*, 20, 1–12.
- Khairaningrum Mulyanti, & Rahma, N. A. (2020). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Pt Iron Bird. *Logistic and Accounting Development Journal*, 1(1), 42–53.
- Khojastehpour, M., & Johns, R. (2014). The effect of environmental CSR issues on corporate/brand reputation and corporate profitability. *European Business Review*, 26(4), 330–339. <https://doi.org/10.1108/EBR-03-2014-0029>
- Lanin, D., & Hermanto, N. (2019). The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 377–392. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2017-0151>
- Maria Ulfa, A., & Ermian Challen, A. (2020). Good Corporate Governance on Integrity of Financial Statements.
- Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N. (2019). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as Moderating Variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55.
- Nasrun, M. (2019). Pengaruh Good Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 19–26. <https://doi.org/10.35906/je001.v8i1.330>
- Nurmala, P., Program, S., Akuntansi, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, T., & Selatan, I. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Peringkat Obligasi. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)*, 109(2), 109–124. <https://doi.org/10.33021/jaaf.v%vi%i.1308>
- PENDIDIKAN YANG BERKUALITAS. *Tadbiruna: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 43–56. <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- Pérez-Cornejo, C., de Quevedo-Puente, E., & Delgado-García, J. B. (2019). How to manage corporate reputation? The effect of enterprise risk management systems and audit committees on corporate reputation. *European Management Journal*, 37(4), 505–515. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.01.005>
- Pranoto, E. (2008). Good Governance: Perannya Dalam Membangun Public Trust Dalam Kepemimpinan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Pustakawan Madya Pada Perpustakaan*

- Universitas Negeri Semarang, 15(3), 77–82.
- Purnomo, S., & Qomariah, N. (2019). Improve Community Satisfaction and Trust in the Public Service Mal of Banyuwangi District. *Prosiding CELSciTech 4*, 40–47.
- Rasinta, A. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kabupaten Deli Serdang. 2009, 1–60.
- Riyanda, S., & Efrizal Syofyan. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Reputasi KAP dan Good Corporate Governance terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 3(4), 836–846.
- Rustam, A. R., & Narsa, I. M. (2021). Good Corporate Governance: A Case Study of Family Business in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(5), 69–0079. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0069>
- Safitri, D., & Kamil, K. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 1, 1–24. www.idx.co.id.
- Sany Ayu Citra, B., Setiono, B., Haposan Pangaribuan, C., & Francisca Lies Ambarwati, M. (2021). The Influence of Service Quality on Public Satisfaction and Public Trust: A Study on Jakarta Public Health Services during COVID-19 Pandemic. In *Management, and Social Studies* (Vol. 1, Issue 1). www.jbms.site
- Sholeh, I. (2023). TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MANAJEMEN
- Soleman, R. (2018). PENGARUH PENGENDALIAN INTERNAL DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PENCEGAHAN FRAUD.
- Sudirman, I., & Ningrum, D. (2022). DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI INDONESIA. *AkMen*,
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Turi, L. O., & Muharram, A. I. (2023). PENGARUH TRANSPARANSI DAN
- van der Walddt, D. (2017). Exploring corporate reputation variables to measure personal reputations DLR van der Walddt. *Communicare*, 36(2), 75–94.
- Worokinasih, S., Zuhdi, M. L., & Zaini, M. (2020). The Mediating Role of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on Good Corporate Governance (GCG) and Firm Value. *AABFJ*, 14(1), 88–97.