

PENGUKURAN MUTU LAYANAN DAN KEPUASAN MASYARAKAT WAJIB PAJAK (SURVEY PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA X)

Abdul Haris, Arif Julianto Sri Nugroho, Anis Marjukah
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
e-mail: arifjuliantosn72@gmail.com

RINGKASAN

Tantangan yang harus dihadapi Indonesia saat ini berupa penerimaan sektor pajak yang menyumbang lebih dari 80 persen dari total penerimaan negara. Amanah UU no 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik mengamanahkan seluruh instansi pemerintah wajib memberikan pelayanan yang optimal dan berkualitas kepada masyarakat. Tujuan penelitian adalah menganalisis model indeks kepuasan masyarakat dari mutu layanan Kantor Pajak Pratama X dengan menganalisis gap setiap unsur layanan. Metode penelitian yang akan digunakan berupa riset kuantitatif uji gap/ kesenjangan antara harapan dan persepsi mutu layanan. Responden yang diambil sebanyak 120 orang wajib pajak dengan teknik *sampling purposive*. Uji kuantitatif dilakukan berupa uji gap Servqual. Hasil akhir diperoleh semua dimensi masih memiliki nilai kesenjangan dengan nilai gap terbesar pada dimensi *responsiveness*. Pihak pemangku kepentingan harus memperbaiki mutu layanan dengan prioritas dari nilai negatif terbesar sehingga tercipta optimalisasi mutu layanan yang bermuara pada meningkatnya kepuasan masyarakat

Kata kunci: Servqual, harapan, persepsi, kepuasan

ABSTRACT

This study tries to identify the most important dimension to examine the level of service quality with Servqual model, expectation and perception of external customer toward the X Pratama Tax Office with 120 respondences as a purposive samples.

The research illustrates that Servqual model as a useful managerial tool can allocated in order to improve and enchange the quality of service the institution. Finally, these external customers have the highest expectation on responsiveness of the X Pratama TaxOffice

Keywords: Servqual, expectation, perception, satisfaction

PENDAHULUAN

Peran penerimaan pajak penting bagi suatu negara. Pemerintah setiap tahun selalu mengupayakan agar penerimaan di sektor perpajakan dapat meningkat. Pajak merupakan salah satu elemen penting dalam mengelola pendapatan nasional, terutama di negara maju dan telah memainkan peran penting dalam masyarakat beradab sejak ribuan tahun yang lalu.

Di Indonesia Direktorat Jenderal Pajak merupakan tonggak Pemerintah dalam mengelola sektor perpajakan, maka peningkatan pajak yang sudah dicapai merupakan salah satu indikator kinerja Dirjen Pajak. Penerimaan dari sektor pajak meningkat setiap tahunnya dan memiliki proporsi yang lebih besar daripada penerimaan selain sektor pajak. Data Kemenkeu tahun 2019 [1] pada APBN 2018 penerimaan perpajakan

sebesar 1.786,4 trilyun memiliki porsi 82 persen dari pendapatan negara sebesar 2.165,1 trilyun. Namun beberapa permasalahan mengenai perpajakan masih harus dihadapi oleh Pemerintah Indonesia saat ini terkait *tax ratio* yang masih rendah. *Tax ratio* merupakan perbandingan jumlah penerimaan pajak dengan PDB suatu negara. Saat ini angka *tax ratio* Indonesia baru mencapai 12,2% [1]. Sedangkan *tax ratio* yang diharapkan sebenarnya sebesar 22 % sehingga *tax gap* nya Indonesia mencapai hampir 100 %. Hal ini sangat ironis dibandingkan negara-negara tetangga ASEAN yang bisa mencapai angka 17-20 %, bahkan negara-negara maju seperti negara Inggris yang mencapai 27-30 %. Rendahnya *tax ratio* disebabkan kurangnya intensifikasi dan ekstensifikasi sektor perpajakan. Disamping itu disebabkan pula masih terbatasnya tenaga trampil yang menguasai seluk beluk perpajakan di Indonesia.

Kenyataan di lapangan pada tahun lalu, pelaksanaan program amnesty pajak masih banyak ditemui kendala mutu layanan dari pihak pegawai kantor pajak dalam melayani masyarakat sehingga perlu diteliti lebih lanjut terkait kualitas layanan. Dari beberapa persoalan dari latar belakang masalah perlu dilakukan pengukuran mutu layanan wajib pajak di kantor Pajak Pratama X, sehingga rumusan masalah

utama penelitian : “*Apakah mutu layanan wajib pajak dari Kantor Pajak Pratama X belum memuaskan masyarakat ?*”

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai. Sekaran [2] menjelaskan survey bertujuan mencari informasi secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Atau dengan kata lain menurut Singarimbun [3] metode survei adalah suatu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok

Data yang diperlukan

Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang memiliki pemahaman terhadap obyek yang diteliti. Dengan penyebaran kuesioner, diharapkan akan diperoleh informasi mengenai kualitas layanan pegawai kantor pajak di KPP Pratama X beserta informasi tingkat kepuasan masyarakat wajib pajak.

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan catatan atau arsip institusi serta sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara, dilakukan untuk memperoleh hal-hal yang berkaitan

dengan gambaran umum institusi serta perencanaan strategi yang telah dilakukan

Untuk memperoleh informasi tentang kepuasan layanan, peneliti menyebarkan kuesioner secara acak kepada masyarakat yang telah mendapatkan layanan admistrasi pajak di KPP Pratama X. *Studi Pustaka*, dilakukan untuk memperoleh data pendukung yang diperlukan.

Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, metode survei digunakan sebagai alat utama. Dengan demikian tidak semua individu dalam populasi diteliti karena keterbatasan waktu, biaya dan aksesibilitas. Untuk itu digunakan metode sampling dengan cara sebagai berikut: Populasi, adalah keseluruhan dari jumlah unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga, yang dimaksud populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Soloraya yang pernah mendapatkan pelayanan admistrasi kantor Pajak

Teknik Pengambilan Sampel

Karakteristik subyek yang akan dipakai sebagai sampel dalam penelitian ini sejumlah 120 orang masyarakat pemakai jasa layanan KPP Pratama X secara *non random sampling* melalui *purposive sampling*. Selain itu subyek dalam penelitian ini adalah individu dewasa, dengan anggapan mereka memiliki pertimbangan masak dalam menilai bagaimana mutu yang diberikan pegawai kantor pajak Pratama X dalam melayani masyarakat dan dapat

merasakan kepuasan maupun ketidakpuasan dari layanan tersebut.

Metode Analisis Data

Uji Konfirmasi Masyarakat

Analisis ini diukur dengan menggunakan gap ke-5 dengan metode *Weighted ServQual* Cronin & Taylor [4]:

$$I_{kj} = \sum (P_{ij} - E_{ij})$$

I_{kj} = Indek konfirmasi terhadap objek j

$I_{kj} < 0$ Konfirmasi negatif/tidak puas

$I_{kj} \geq 0$ Konfirmasi positif/puas

P_{ij} = kinerja atribut i pada objek j

E_{ij} = harapan atribut i pada objek j

HASIL DAN PEMBAHASAN

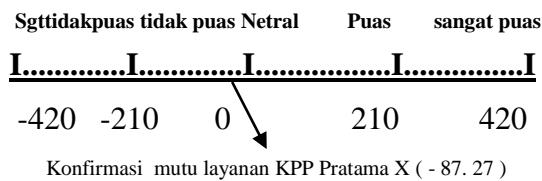
Untuk menguji tingkat konfirmasi masyarakat pemakai layanan Kantor PP Pratama X digunakan rumus *Weighted Servqual* Cronin & Taylor [4]. Dari uji tersebut dapat dihitung total nilai konfirmasi dari mutu layanan Kantor Pajak Pratama – 87.27. Nilai konfirmasi maksimum atau minimum dengan jumlah responden sebanyak 120 orang yang dicapai $I_{kj} \max = 420$ dan $I_{kj} \min = -420$

Nilai konfirmasi maksimum yang dicapai diasumsikan bahwa masyarakat memiliki harapan minimal terhadap mutu layanan yang akan diterima dan merasakan kinerja aktual yang maksimum terhadap mutu layanan yang diterima. Demikian sebaliknya, nilai konfirmasi minimum yang dapat dicapai bahwa masyarakat memiliki harapan maksimum terhadap mutu layanan yang akan diterima, tetapi

kenyataannya merasakan kinerja aktual minimum atas mutu layanan yang diterima.

Dari perhitungan kuantitatif, diperoleh nilai konfirmasi masyarakat terhadap Kantor Pajak Pratama X memiliki interval sebesar 840, angka tersebut dibagi dalam 4 skala tingkat konfirmasi : *sangat tidak puas, tidak puas, puas* dan *sangat puas*, menurut preferensi nasabah sehingga didapat *range* sebesar 210 poin.

Gambar 1 menunjukkan konfirmasi nasabah terhadap mutu layanan KPP Pratama X dalam suatu interval:



Gambar 1

Konfirmasi masyarakat terhadap mutu layanan KPP Pratama X

Gambar diatas dapat disimpulkan bahwa nilai konfirmasi terhadap mutu layanan KPP Pratama X sebesar -87.27 berada pada interval antara 0 sampai - 210 dengan kategori *tidak puas*. Standar minimal yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat kepuasan layanan apabila nilai konfirmasi mencapai nilai sama dengan 0 atau lebih (konfirmasi \geq 0), dari hasil perhitungan tersebut, berarti kepuasan mutu layanan penerima layanan KPP Pratama X belum tercapai.

Setelah diperoleh uji konfirmasi secara menyeluruh, diurai kesenjangan

masing-masing dimensi mutu layanan sesuai konsep Parasuraman [5] meliputi dimensi *keandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan* dan *empati* pada tabel 1

Tabel 1 kesenjangan per dimensi

Dimensi	Tingkat Konfirmasi
Keandalan	-67
Bukti fisik	-65.50
Daya tanggap	-87.27
Jaminan	-73.50
Empati	-85.36

Dari tabel diperoleh data dimensi daya tanggap memiliki nilai kesenjangan negatif terbesar senilai -87.27 secara berturut-turut diikuti empati sebesar - 85.36, jaminan sebesar -73.50, dimensi keandalan sebesar - 67 dan terakhir dimensi bukti fisik - 65.5. Dimensi daya tanggap berkaitan dengan kemampuan respon yang cepat KPP Pratama X dalam melayani masyarakat. Dimensi yang memiliki nilai gap terbesar harus diprioritaskan dalam perbaikan mutu layanan, kemudian beralih pada prioritas dimensi berikutnya. Dengan kata lain untuk meningkatkan kepuasan masyarakat, pihak KPP Pratama X harus memprioritaskan peningkatan mutu layanan pada dimensi yang memiliki nilai kesenjangan terbesar.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan pembahasan dituangkan beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Standar yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat kepuasan

minimum apabila nilai konfirmasi mencapai nilai sama dengan nol atau lebih ($\text{Konfirmasi} \geq 0$). Hasil uji konfirmasi didapat nilai sebesar -87,27. Nilai konfirmasi minimum yang dapat dicapai oleh pelayanan KPP Pratama X sebesar -420. Sedangkan nilai konfirmasi maksimum yang dapat dicapai sebesar 420. Artinya, tingkat kepuasan terhadap mutu layanan yang dirasakan masyarakat minus sebesar 20 persen dari tingkat kepuasan maksimum. Untuk mencapai tingkat kepuasan minimum pihak Kantor PP Pratama X harus mampu menutup kesenjangan sebesar 20 persen dari tingkat kepuasan minimum. Disini dapat disimpulkan KPP Pratama X belum mampu memberikan kepuasan pada mutu layanan yang diharapkan.

2. Hasil uji nilai konfirmasi masyarakat pada masing-masing dimensi mutu layanan diperoleh informasi dimensi daya tanggap memiliki kesenjangan negatif terbesar senilai -87.27 secara berturut-turut diikuti empati sebesar -85.36, jaminan sebesar -73.50, keandalan sebesar -67 dan terakhir dimensi bukti fisik -65.5. Berdasarkan hasil ujii

konfirmasi, pihak KPP Pratama dalam meningkatkan mutu pelayanan harus memprioritaskan pada dimensi-dimensi yang memiliki nilai negatif terbesar, dilanjutkan pada nilai negatif berikutnya. Kunci pemasaran menurut Kotler [6] segala kegiatan yang kesemuanya bertujuan memuaskan konsumen

3. Nilai konfirmasi kepuasan negatif menunjukkan bahwa Kantor PP Pratama X belum mampu memberikan mutu layanan profesional sesuai harapan masyarakat wajib pajak

Saran

Dari simpulan diajukan saran sebagai berikut :

1. Pihak KPP Pratama X harus terus berbenah untuk terus meningkatkan mutu layanan kepada wajib pajak sehingga muncul kepatuhan masyarakat untuk sadar membayar pajak secara sukarela
2. Pihak Manajemen KPP Pratama X secara periodik harus terus mengadakan survai mutu layanan. Hal ini perlu dilakukan karena harapan akan mutu layanan selalu berubah terkait waktu dan kondisi, dilain pihak semakin tinggi dan kritis pula tuntutan masyarakat pembayar

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenkeu, 2019, Data APBN 2018,
www.kemenkeu.go.id
- [2] Sekaran, Uma, 2016. Research
Methods for Business, A Skill
Building Approach, 7nd ed. John
Willey & Sons, Inc
- [3] Singarimbun , Masri, Effendi Sofian.
2003. Metode Penelitian Survey,
jakarta: LP3ES
- [4] Cronin JJ, taylor SA, 2002. “
Mesuring Service Quality: A
Reexamination and Extension “.
Journal of Marketing 6: 55-68
- [5] Parasuraman, A., A., Zeithamal, V.,
& I. Berry, L, 2005.”A Conceptual
Model of Service Quality and Its
Implication”, Journal of Marketing,
Vol. 49 (fall) pp 41-50
- [6] Kotler, Phillip, 2009. Marketing
Management: Analysis, Planning,
Implementation, and Control (13th
Ed). New Jersey: Prentice Hall