

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA SAMARINDA

Oleh :

YUDIANTO

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

yudianto@untag-smd.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine simultaneously or partial significant effect of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy for the taxpayer as well as the satisfaction of knowing the most dominant variable affecting the satisfaction of taxpayers in Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Variable reliability (X₂) has dominant influence on consumer satisfaction Tax Office Primary t value Samarinda because most of the 9.796. Similarly, the value of the standardized beta coefficients greater than 0.743 standardized beta coefficients other variables.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui secara simultan atau parsial pengaruh yang signifikan dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan wajib pajak serta mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Variabel keandalan (X₂) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda karena nilai t hitungunya yang paling besar 9,796. Demikian juga nilai *standardized coefficients* betanya 0,743 lebih besar dari nilai *standardized coefficients beta* variable lainnya.

A. LATAR BELAKANG

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan terbesar bagi keuangan negara yang sangat berperan dalam pembiayaan negara dan pembangunan nasional, hasil dari pajak ini akan dikelola dan kemudian akan digunakan kembali oleh Pemerintah untuk Rakyat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan adalah kualitas pelayanan dari kantor pajak tersebut. Semakin baik tingkat pelayanan maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap peningkatan potensi dan penerimaan pajak

Selama ini birokrasi lebih bersifat tradisional bahkan feodalistis. Dalam pandangan birokrasi yang demikian, birokrasi berada diatas rakyat bukan ditengah-tengah rakyat. Dalam kultur feodal seperti ini, menimbulkan budaya nepotisme. Sehingga kepentingan masyarakat yang seharusnya diberikan secara adil merasa tersisihkan oleh faktor

kedekatan atau kekerabatan, sehingga hanya orang-orang yang memiliki akses kedekatan inilah yang mendapat pelayanan secara optimal.

Melalui Modernisasi administrasi perpajakan yang mencakup reformasi pelayanan. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Upaya yang telah dilakukan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda adalah meningkatkan Standar Operasional Pelayanan antara lain: standart fasilitas pelayanan, standar sumber daya manusia, menerapkan etika pelayanan dan mengedepankan sikap profesional.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda memiliki keunggulan dalam hal kecepatan pelayanan karena proses pelayanan yang relatif singkat, untuk mendukung hal tersebut Kantor Pelayanan Pratama Samarinda merealisasikan 16 layanan unggulan guna untuk memberi kepastian, antara lain terhadap proses,

jangka waktu penyelesaian, biaya dan jasa pelayanan, dan persyaratan administrasi yang digunakan sebagai acuan pelayanan publik

Melihat upaya peningkatan kualitas pelayanan yang sudah dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda seperti tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti persoalan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

B. RUMUSAN MASALAH

Berlandaskan pada latar belakang yang dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda ?
2. Apakah bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda ?
3. Diantara bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda ?

C. DASAR TEORI

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Angka 1 disebutkan arti pajak adalah "kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat."

Menurut Lijan poltak Sinambela (2011:6), kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik dari suatu produk, seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika, dan sebagainya. Adapun dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu atau memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting and needs of customers*)

Sedangkan istilah kualitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) adalah (suatu) baik buruk suatu benda, kadar, taraf atau derajat (kepandaian, kecerdasan, dan sebagainya), kualitas

Definisi kualitas atau mutu menurut Budiono (2003:113), Mutu adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya

Wilkie (1990) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2008 : 24) mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa

Menurut Parasuraman et.al., (1985) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2008 : 26) mengemukakan tentang 5 (lima) dimensi pelayanan, dimana instrument ini dapat digunakan secara umum oleh perusahaan-perusahaan jasa didalam mengukur tingkat pelayanan yang diberikan, terdiri dari: bukti Langsung (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsivenees*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*)

Selanjutnya Engel et.al (1990) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2008 : 24) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak dipenuhi harapan pelanggan.

Kotler (2008 : 177) berpendapat bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapat setelah membandingkan antara hasil yang didapat dengan harapan yang diinginkan. Jika kinerjanya di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerjanya memenuhi harapan pelanggan puas, jika kinerjanya melebihi harapan pelanggan amat puas

D. EHNİK ANALISA DATA

1. **engumpulan Data**
Tehnik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan Studi Lapangan (*field research*) yaitu melakukan pengamatan atas obyek data (*observation*) dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden (kuesioner atau angket)
2. **umber Data**
Sumber data yang digunakan oleh peneliti diperoleh dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda yang beralamat di Jalan MT Haryono No.17 Samarinda
3. **enis Data**
Dalam penulisan terdapat dua macam data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan sumber data penulisan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) dan Data Sekunder merupakan data yang telah diolah lebih lanjut yang diperoleh melalui data kepustakaan dan sumber tertulis lainnya
4. **angkauan Penelitian**
Penulis mengadakan penelitian pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda yang beralamat di jalan MT Haryono No.17 Samarinda.
5. **opulasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini sebagai populasi adalah jumlah Wajib Pajak Badan maupun Perorangan yang lapor pajak (SPT masa) pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda. Jumlah anggota sampel yang digunakan adalah 60 responden. Adapun cara pengambilan sampel ini disajikan dengan cara *simple random sampling* yaitu dengan cara memberikan kuisisioner secara acak^T kepada Wajib Pajak yang lapor pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

6. **ariabel penelitian**
Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) dan variabel terikat yaitu kepuasan wajib pajak (Y)^S
7. **lat Analisis dan Pengujian Hipotesis**
Sebelum dilakukan pengolahan data, maka kuisisioner diuji terlebih dahulu dengan uji reliabilitas dan uji validitas, dilanjutkan dengan pengujian menggunakan model^J analisis regresi linier berganda sedangkan untuk pengujian hipotesisnya menggunakan uji F dan uji t. untuk mempercepat proses perhitungan dan keakuratan hasil perhitungan, alat analisis dan semua pengujian hipotesis ini perhitungannya menggunakan program komputer statistik SPSS (*Statistical For Social Saince*) ver. 19.00 for windows

E. EMBAHASAN J

Untuk memperoleh gambaran tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda,. Data hasil penelitian dimasukkan pada program SPSS Ver.

19,00 for windows dan didapatkan hasil fungsi regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,494 + 0,219 X_1 + 0,766 X_2 + 0,216 X_3 + 0,269 X_4 + 0,151 X_5$$

Arti konstanta sebesar -0,494 yakni jika tidak ada pelayanan dalam bentuk variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) atau sama dengan nol maka kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda (Y) tidak ada. Hal ini dapat diterima karena kalau tidak ada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda maka tidak mungkin tercipta kepuasan Wajib Pajak

Nilai R atau koefisien korelasi sebesar 0,908 berada pada interval 0,80-1,00 pada interpretasi koefisien regresi, angka ini menunjukkan hubungan yang sangat tinggi dari variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) dengan kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda (Y), dengan demikian variabel bebas yang terdiri dari bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) dapat dijadikan sebagai prediktor kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda (Y). Nilai korelasi yang tinggi ini menunjukkan pelayanan yang diberikan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda banyak ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan dengan kata lain kepuasan Wajib Pajaknya disebabkan karena kualitas layanan yang diberikan

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,825 atau 82,5 % menunjukkan variabel bukti langsung (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) mampu menjelaskan kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda (Y) sebesar 82,5% sedangkan sisanya sebesar 17,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai koefisien regresi sebesar 0,825 ini cukup besar sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan Wajib

Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda lebih banyak ditentukan oleh kualitas pelayanannya dibandingkan faktor lain yang diteliti

Nilai F tabel sebesar 51,038 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,37 dan dengan signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, ini menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a yang berarti variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda.

Secara parsial pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai t hitung variabel bukti langsung (X_1) sebesar 2,532 > dari t table 1,671 dan signifikansi $0,014 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti variabel bukti langsung (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Nilai t hitung variabel kehandalan (X_2) sebesar 9,796 > dari t table 1,671 dan signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti variabel kehandalan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Nilai t hitung variabel daya tanggap (X_3), sebesar 3,468 > dari t table 1,671 dan signifikansi $0,001 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti daya tanggap (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Nilai t hitung variabel jaminan (X_4) sebesar 3,433 > dari t table 1,671 dan signifikansi $0,001 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti variabel jaminan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib

Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Nilai t hitung variabel empati (X_5) sebesar $2,304 >$ dari t table $1,671$ dan signifikansi $0,025 < \alpha < 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti variabel empati (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa variabel *independent* yaitu variabel kehandalan (X_2) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda karena nilai t hitungnya yang paling besar $9,796$ demikian juga nilai *standardized coefficients* betanya $7,43$ lebih besar dari nilai *standardized coefficients* beta variable lainnya.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda telah memberikan kepuasan terhadap wajib pajak. Hal ini berarti variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan wajib pajak

Variabel keandalan dinilai oleh Wajib Pajak berpengaruh dominan dibandingkan variabel lain yang memberikan rasa puas bagi Wajib Pajak. Hal ini menunjukkan bahwa Wajib Pajak merasa bahwa Petugas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda sudah cepat dalam memproses data, menguasai peraturan perpajakan yang baru serta mempunyai prosedur birokrasi yang sederhana dan tidak berbelit-belit

Mengingat hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Wajib Pajak, maka Direktorat Jenderal Pajak pada umumnya dan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda pada khususnya harus dapat mempertahankan

kualitas layanannya dan jika memungkinkan terus meningkatkan

Karena jumlah wajib pajak yang setiap tahun selalu bertambah maka Kantor Pelayanan Pajak Pratama Samarinda diharapkan bisa menambah jumlah petugas pelayanannya dan terus melakukan inovasi agar pelayanannya dapat terus meningkat dengan demikian akan meningkatkan kepuasan Wajib Pajaknya sehingga diharapkan Wajib Pajak dapat menjadi lebih tertib dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Himpunan Undang-Undang Perpajakan tahun 2000*, CV Eko Jaya, Jakarta, 2000
- Boediono, 2003, *Pelayanan Prima bagi Perpajakan*, Rineka Cipta, Jakarta
- Kotler Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, Macanan Jaya Cemerlang, Indonesia.
- Poltak Lijan Sinambela, dkk, 2011, *Reformasi Pelayanan Publik*, cetakan keenam, Sinar Grafika offset, Jakarta.
- Tjiptono Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
-, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta