

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN *KANO* (STUDI KASUS WAJIB PAJAK PKB DI KANTOR BERSAMA XYZ)

**Najam Burhanudin Akbar<sup>1)</sup>, Handoyo<sup>2)</sup>**

<sup>1, 2)</sup> Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

e-mail: [najam.burhan46@gmail.com](mailto:najam.burhan46@gmail.com)<sup>1)</sup> [handoyo.ti@upnjatim.ac.id](mailto:handoyo.ti@upnjatim.ac.id)<sup>2)</sup>

## ABSTRAK

*Kualitas layanan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Kantor Bersama XYZ merupakan sebuah instansi yang bergerak di bidang jasa. Kantor Bersama XYZ melayani pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor. Permasalahn yang terjadi dalam instansi yaitu antrian panjang dalam pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor yang disebabkan oleh kurang cepatnya karyawan dalam melakukan pelayanan. Berdasarkan permasalahan di atas, maka dilakukan peningkatan kualitas pelayanan menggunakan metode *Servqual* dan *Kano*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan meningkatkan kualitas pelayanan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Bersama XYZ. Hasil dari penelitian dan pembahasan tentang kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Bersama XYZ terhadap pembayar Pajak Kendaraan Bermotor yaitu menunjukkan nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) sebesar 0,86 yang berarti dapat dinyatakan baik akan tetapi masih ada yang harus ditingkatkan agar memperoleh nilai yang maksimal. Lalu terdapat 3 atribut yang memiliki nilai kepuasan negatif yaitu atribut kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas sebesar -2,2, atribut karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat sebesar -2,06/-1,03 dan atribut Keamanan Konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan sebesar -0,23, yang berarti pelayanan tersebut harus ditingkatkan agar dapat memuaskan pelanggan.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Layanan, Servqual, Kano.*

## ABSTRACT

*Service quality is a comparison between the reality perceived by consumers and the service quality expected by consumers. Kantor Bersama XYZ is an agency engaged in services. Kantor Bersama XYZ serves the payment of Vehicle Tax. The problem that occurs in the agency is the long queue in payment of Vehicle Tax due to the lack of employees in performing services. Based on the problems, an increase in service quality is done using the *Servqual* and *Kano* methods. The purpose of this study was to determine and improve the quality of vehicle tax payment services at the Kantor Bersama XYZ. The results of the study and discussion of the quality of services provided by Kantor Bersama XYZ to Vehicle Taxpayers, which shows the value of the Customer Satisfaction Index (IKP) of 0.86 which means it can be declared good but there are things that must be improved in order to obtain maximum value. Then there are 3 attributes that have negative satisfaction value, the waiting room comfort attribute supporting facilities such as the lack of waiting chairs and a less spacious parking area of -2.2, the employee attribute resolves the problem quickly, precisely, and accurately at -2.06 / -1.03 and the Consumer Safety attribute from violations of tax regulations is -0.23, which means that the service must be improved in order to satisfy the customer.*

**Keywords:** *Service Quality, Servqual, Kano.*

## I. PENDAHULUAN

Kualitas merupakan penilaian dari karakteristik pada produk, barang maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing (Wardani dan Rumiyatun, 2017). Kualitas layanan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan konsumen sama dengan atau melebihi dari kualitas yang diharapkan, maka layanan tersebut dapat dikatakan baik atau memuaskan (Sunarti, 2017).

Sebuah instansi atau perusahaan jasa dapat dikatakan sudah melakukan pelayanan yang baik apabila pelanggan atau user merasa puas dengan hasil dari pelayanan tersebut (Mustakim dkk, 2017). Pelanggan yang merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan tentu saja akan kembali menggunakan jasa dari perusahaan atau instansi tersebut (Darmawan dkk, 2017). Hal itu tentunya akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan atau instansi. Dengan keuntungan yang banyak maka sebuah instansi atau perusahaan dapat berkembang dengan pesat. Maka dari itu kualitas pelayanan dari sebuah instansi atau perusahaan jasa wajib untuk diperhatikan agar pelayanan tersebut dapat memuaskan para *user* atau *customer* (Firdaus, 2018).

Terdapat berbagai faktor yang mendasari bahwa suatu instansi atau perusahaan jasa dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan (Lubis dan Andayani, 2017). Faktor-faktor tersebut seperti, nyaman atau tidaknya ruangan yang diberikan pada user atau pelanggan selama menunggu pelayanan, tanggap atau tidaknya karyawan dalam menyikapi masalah, cepat atau lambatnya karyawan dalam memberi pelayanan, panjang atau tidaknya antrian yang dirasakan user atau pelanggan dalam pelayanan tersebut, dan lain sebagainya (Panjaitan dan Yuliati, 2016).

Pada kenyataannya, masih terdapat antrian yang panjang dalam pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Bersama XYZ. Hal tersebut dapat disebabkan oleh kurang cepatnya karyawan dalam melakukan pelayanan. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan difokuskan terhadap pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini menggunakan metode *Servqual* dan *Kano*. Dimana metode *Servqual* terdapat lima dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Setyawan dkk 2017). Dari atribut *Servqual* tersebut dapat dijadikan pertanyaan fungsional dan disfungsional kemudian dapat dikategorikan pada metode *Kano* yaitu *must be*, *one dimensional*, *attractive*, *indifferent*, *reverse*, dan *questionable* guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Ramadhano dan Priyono, 2016).

Metode *SERVQUAL* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan kenyataan dan harapan atas layanan yang diterima/dirasakan oleh para pelanggan (Farminta dkk, 2015). Kemudian dari dimensi Metode *KANO* merupakan metode yang digunakan untuk menentukan kategori dari atribut-atribut pada produk maupun jasa untuk mengetahui seberapa baik produk/jasa tersebut dapat memuaskan pelanggan (Astuti dan Rinawati, 2015). Dengan metode-metode tersebut diharapkan dapat membuat penelitian ini berjalan lancar dan tentunya dapat memberikan hasil yang memuaskan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Kualitas*

Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Zohir dkk, 2017). Dengan demikian, aspek penilaian terhadap kualitas sebuah jasa, misalnya sebuah instansi, bisa mencakup berbagai faktor yang saling terkait, diantaranya lokasi, biaya, status akreditasi, jumlah dan kualifikasi staf, reputasi instansi bersangkutan, desain

ruangan, variasi menu yang disajikan, jam operasi, sikap staf, perhatian personal terhadap kebutuhan para pelanggan, ketersediaan dan aksesibilitas terhadap fasilitas, dan seterusnya. Individu yang berbeda akan memberi bobot kepentingan yang berbeda pada masing-masing faktor (Wijaya, 2018).

#### B. *Kualitas Pelayanan*

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan (Noer, 2015). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Sugijanto dan Surabagiarta, 2016).

Pelayanan Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun (Sujarweni, 2015). Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Kurniawati dan Singgih, 2015).

#### C. *Metode Service Quality*

Model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model *SERVQUAL* (singkatan dari Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa: reparasi peralatan, rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan riset, dan pialang sekuritas (Rasyid dkk, 2018). Model yang dikenal pula dengan istilah *Gap Analysis* Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Pratiwi dan Chriswahyudi, 2019). Ancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectations*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya (Utami dkk, 2018).

Model Servqual ini mendefinisikan bahwa kedenjangan atau gap (G) untuk faktor kualitas jasa atau pelayanan tertentu adalah:

$$G = P - E \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

G = gap (Kesenjangan)

P = Perception Service (persepsi layanan)

E = Expectation Service (harapan layanan) (Sugiyono, 2015).

#### D. *Dimensi Service Quality*

Berikut merupakan dimensi-dimensi dari metode Servqual:

1. Tangibles (Penampilan unsur fisik)  
Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan (Junaedi, 2015)
2. Reliability (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)  
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati (Tjiptono dan Chandra, 2016)

3. Responsiveness (Kecepatan dan kegunaan)  
Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian jasa secara cepat (Gunawan, 2015).
4. Assurance (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)  
Yakni perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan (Puspitasari, 2015).
5. Emphaty (Akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan)  
Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono dan Chandra, 2016)  
Metode kano merupakan lanjutan dari metode servqual. Dari atribut servqual tersebut dapat dijadikan pertanyaan fungsional dan disfungsional kemudian dapat dikategorikan pada metode kano yaitu must be, one dimensional, attractive, indifferent, reverse, dan questionable guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Utami dkk, 2018)

#### E. Metode Kano

Metode *Kano* merupakan suatu metode yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan dan metode Kano merupakan suatu metode yang dikembangkan dengan memprioritaskan kebutuhan dari pelanggan, dalam metodenya (Hartanti dan Hariastuti, 2015).

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Identifikasi Variabel

- Variabel Bebas  
Yang termasuk variabel bebas adalah kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *Servqual*
- Variabel Terikat  
Yang termasuk variabel terikat adalah tingkat kualitas pelayanan.

#### B. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan pada saat data-data yang dibutuhkan sudah terkumpul. Pengolahan data bertujuan untuk melakukan penyelesaian dan pembahasan dari masalah yang sedang dianalisis. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data yaitu:

1. *Uji Validitas*  
Pada tahap ini dilakukan uji validitas untuk menyatakan derajat ketepatan alat ukur dalam penelitian terhadap hal yang diukur.
2. *Uji Reliabilitas*  
Pada tahap ini dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan.
3. *Perhitungan Nilai Rata-Rata*
4. *Perhitungan Nilai Gap Tiap Atribut*
5. *Perhitungan Nilai Gap Tiap Dimensi*
6. *Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan*  
Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan

7. *Penentuan Grade dan Bobot Kano*
8. *Perhitungan Adjusted Importance*

Pada tahap ini dilakukan perhitungan Adjusted Importance untuk mengetahui pelayanan yang bernilai kurang dan harus ditingkatkan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. *Pengumpulan Data*

Berikut adalah kuisioner dimensi servqual yang digunakan pada saat penelitian pengguna jasa pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Bersama XYZ.

TABEL I  
DATA KUESIONER

Dimensi	No.	Atribut
<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	A1	Memiliki kantor pelayanan yang rapi dan nyaman.
	A2	Kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas.
	A3	Antrian untuk mendapat pelayanan pendek
	A4	Ketersediaan brosur tentang spesifikasi layanan.
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	B1	Keahlian karyawan dalam bekerja.
	B2	Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pelayanan
	B3	Keahlian karyawan dalam penyelesaian masalah
<i>Assurance</i> (Jaminan)	C1	Keamanan Konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan
	C2	Terdapat stempel dan hologram resmi yang membuat surat menjadi sah
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	D1	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.
	D2	Karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat
<i>Empathy</i> (Empati)	E1	Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan dengan ramah, dan sopan.
	E2	Tersedia sarana untuk mendapatkan informasi dan menyampaikan kritik/saran.

##### B. *Perhitungan Nilai Servqual Tiap Atribut*

Maka perhitungan nilai *service quality* atribut A1 sebagai berikut:

$$Q_{(\text{per dimensi})} = P - E = 3,68 - 4,78 = -1,1$$

TABEL II  
PERHITUNGAN NILAI *SERVICE QUALITY* (GAP) TIAP ATRIBUT

No.	Atribut	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Gap (atribut)
1	A <sub>1</sub>	4,8	4,78	0,02
2	A <sub>2</sub>	3,68	4,78	-1,1
3	A <sub>3</sub>	4,78	4,31	0,47
4	A <sub>4</sub>	4,62	3,88	0,74
5	B <sub>1</sub>	4,22	3,77	0,45
6	B <sub>2</sub>	4,64	4,37	0,27
7	B <sub>3</sub>	4,16	4,06	0,1
8	C <sub>1</sub>	4,21	4,44	-0,23
9	C <sub>2</sub>	4,24	3,95	0,29
10	D <sub>1</sub>	4,21	4,04	0,17
11	D <sub>2</sub>	3,73	4,76	-1,03
12	E <sub>1</sub>	4,17	3,53	0,64
13	E <sub>2</sub>	4,35	3,94	0,41

Berdasarkan tabel diatas perhitungan nilai *service quality* yang memiliki gap negatif pada atribut A<sub>2</sub>, C<sub>1</sub> dan D<sub>2</sub>.

##### C. *Perhitungan Nilai Servqual Tiap Dimensi*

Maka perhitungan nilai *service quality* dimensi *responsiveness* sebagai berikut:

$$Q_{(\text{per dimensi})} = \bar{P} - \bar{E} = 3,97 - 4,4 = -0,43$$

TABEL III  
PERHITUNGAN NILAI *SERVICE QUALITY* (GAP) TIAP DIMENSI

Dimensi	Atribut	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Gap (Dimensi)
<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	A <sub>1</sub>	4,8	4,78	
	A <sub>2</sub>	3,68	4,78	
	A <sub>3</sub>	4,78	4,31	
	A <sub>4</sub>	4,62	3,88	
Mean		4,47	4,44	0,03
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	B <sub>1</sub>	4,22	3,77	
	B <sub>2</sub>	4,64	4,37	
	B <sub>3</sub>	4,16	4,06	
Mean		4,34	4,07	0,27
<i>Assurance</i> (Jaminan)	C <sub>1</sub>	4,21	4,44	
	C <sub>2</sub>	4,24	3,95	
Mean		4,22	4,19	0,03
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	D <sub>1</sub>	4,21	4,04	
	D <sub>2</sub>	3,73	4,76	
Mean		3,97	4,4	-0,43
<i>Emphaty</i> (Kepedulian)	E <sub>1</sub>	4,17	3,53	
	E <sub>2</sub>	4,35	3,94	
Mean		4,26	3,73	0,53

Berdasarkan tabel diatas perhitungan nilai *service quality* yang memiliki gap negatif pada dimensi *responsiveness*.

D. *Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan*

Maka perhitungan Ineks Kepuasan Pelanggan adalah sebagai berikut:

$$\text{Skor (S)} = \text{Nilai Presepsi (I)} \times \text{Nilai Harapan (P)}$$

$$= 4,8 \times 4,78 = 22,94$$

TABEL IV  
PERHITUNGAN INDEKS KEPUASAN PELANGGAN KESELURUHAN

No.	Atribut	Nilai Persepsi (I)	Nilai Harapan (P)	Skor S = I x P
1	A <sub>1</sub>	4,8	4,78	22.94
2	A <sub>2</sub>	3,68	4,78	17.59
3	A <sub>3</sub>	4,78	4,31	20.60
4	A <sub>4</sub>	4,62	3,88	17.93
5	B <sub>1</sub>	4,22	3,77	15.91
6	B <sub>2</sub>	4,64	4,37	20.28
7	B <sub>3</sub>	4,16	4,06	16.89
8	C <sub>1</sub>	4,21	4,44	18.69
9	C <sub>2</sub>	4,24	3,95	16.75
10	D <sub>1</sub>	4,21	4,04	17.01
11	D <sub>2</sub>	3,73	4,76	17.75
12	E <sub>1</sub>	4,17	3,53	14.72
13	E <sub>2</sub>	4,35	3,94	17.14
Skor Total		55,81	Total (P) = (Y) 54,61	Total (S) = (T) 234,20

Nilai rata-rata pada kolom harapan (P) dijumlahkan sehingga memperoleh (Y) dan juga hasil kali (I) dengan (P) pada kolom skor (S) dijumlahkan sehingga diperoleh (T). IKP diperoleh dari perhitungan  $(T/5Y) \times 100\%$ . Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. IKP dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{IKP} = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

$$\text{IKP} = \frac{234,20}{(5 \times 54,61)} \times 100\%$$

$$= \frac{234,20}{(273,05)} \times 100\%$$

$$= 0,86$$

Perhitungan nilai IKP diatas menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Kantor Bersama XYZ sebesar 0,86. Berdasarkan dari tabel kriteria kepuasan pelanggan nilai tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dikatakan sangat puas karena berada pada rentang nilai 0,81 – 1,00. Meskipun perhitungan nilai IKP pelayanan Kantor Bersama XYZ sebesar 0,86 yang berarti baik tetapi masih ada yang harus ditingkatkan agar memperoleh nilai yang maksimal.

E. *Pengolahan Data Atribut Servqual Dengan Metode Kano*

Berdasarkan hasil perhitungan tabel Kano, maka dapat diketahui hasil tabulasi survey dan penentuan kategori Kano. Contoh perhitungan item no.1 (O+A+M) > (I+R+Q) adalah (17+25+13) > (40+0+0) maka diperoleh *grade* dari yang paling terbesar dari (O, A, dan M), yaitu A (25)

TABEL V  
HASIL TABULASI SURVEY DAN PENENTUAN GRADE KANO

Pertanyaan	O	A	M	I	R	Q	Total	Grade
1	17	25	13	40	0	0	95	A
2	57	18	13	7	0	0	95	O
3	14	3	46	32	0	0	95	M
4	26	30	27	12	0	0	95	A
5	27	13	27	26	2	0	95	O/M
6	39	44	4	8	0	0	95	A
7	30	25	22	18	0	0	95	O
8	14	3	52	26	0	0	95	M
9	33	19	21	22	0	0	95	O
10	29	28	16	22	0	0	95	O
11	36	5	36	17	0	1	95	O/M
12	48	35	7	5	0	0	95	O
13	25	33	13	24	0	0	95	A

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 5 maka dapat diketahui hasil penentuan bobot kano pada tabel 6 berikut:

TABEL VI  
HASIL PENENTUAN BOBOT KANO

Dimensi	Atribut	Kategori Kano	Bobot Kano
<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	Memiliki kantor pelayanan yang rapi dan nyaman.	A	4
	Kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas.	O	2
	Antrian untuk mendapat pelayanan pendek	M	1
<i>Reliability</i> (Kehandalan )	Ketersediaan brosur tentang spesifikasi layanan.	A	4
	Keahlian karyawan dalam bekerja.	O/M	2/1
	Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pelayanan	A	4
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Keahlian karyawan dalam penyelesaian masalah	O	2
	Keamanan Konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan	M	1
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Terdapat stempel dan hologram resmi yang membuat surat menjadi sah	O	2
	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.	O	2
<i>Empaty</i> (Empati)	Karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat	O/M	2/1
	Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan dengan ramah, dan sopan.	O	2
	Tersedia sarana untuk mendapatkan informasi dan menyampaikan kritik/saran.	A	4

Dari tabel diatas telah dikategorikan pada atribut memiliki kantor pelayanan yang rapi dan nyaman. ( $A_1$ ) menghasilkan kategori *one-dimensional* dan bobot kano sebesar 4

A. *Perhitungan Adjusted Importance*

Setelah diperoleh nilai bobot Kano tahap selanjutnya yaitu perhitungan nilai *adjust importance*, hasil perhitungannya sebagai berikut:

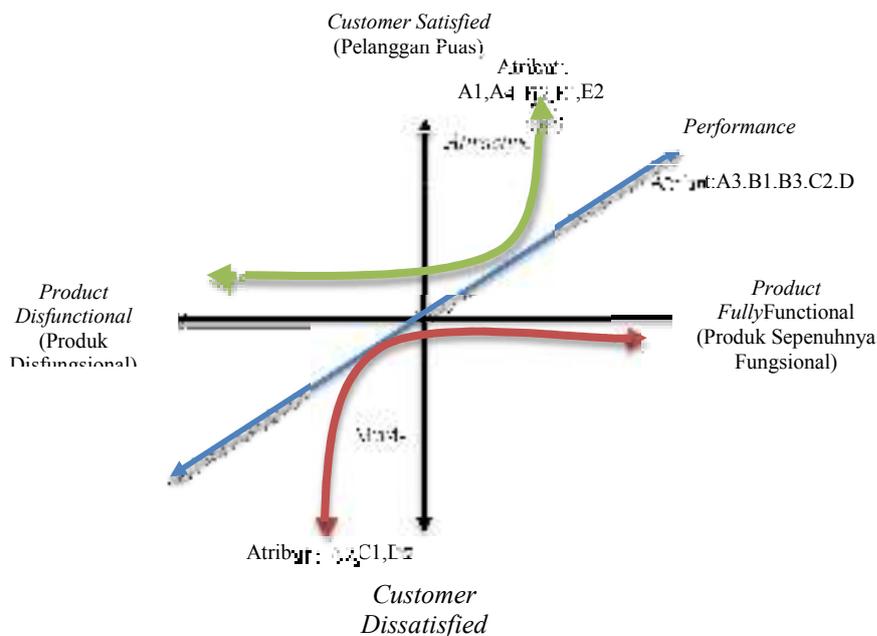
$$\begin{aligned}
 \text{Adjusted Importance} &= \text{nilai Gap atribut} \times \text{bobot Kano} \\
 &= -1,1 \times 2 \\
 &= -2,2
 \end{aligned}$$

TABEL VII  
PERHITUNGAN *ADJUSTED IMPORTANCE*

Dimensi	Atribut	Nilai Gap Atribut	Kategori Kano	Bobot Kano	Adjusted Importance
<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	Memiliki kantor pelayanan yang rapi dan nyaman.	0,02	A	4	0,08
	Kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas.	-1,1	O	2	-2,2
<i>Reliably</i> (Kehandalan)	Antrian untuk mendapat pelayanan pendek	0,47	M	1	0,47
	Ketersediaan brosur tentang spesifikasi layanan.	0,74	A	4	2,96
	Keahlian karyawan dalam bekerja.	0,45	O/M	2/1	0,9/0,45
<i>Assurance</i> (Jamina n)	Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pelayanan	0,27	A	4	1,08
	Keahlian karyawan dalam penyelesaian masalah	0,1	O	2	0,2
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Keamanan Konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan	-0,23	M	1	-0,23
	Terdapat stempel dan hologram resmi yang membuat surat menjadi sah	0,29	O	2	0,58
<i>Empaty</i> (Empati)	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.	0,17	O	2	0,34
	Karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat	-1,03	O/M	2/1	-2,06/-1,03
<i>Empaty</i> (Empati)	Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan dengan ramah, dan sopan.	0,64	O	2	1,28
	Tersedia sarana untuk mendapatkan informasi dan menyampaikan kritik/saran.	0,41	A	4	1,64

Pada perhitungan *Adjusted Importance* menginformasikan terdapat 3 atribut yang memiliki nilai kepuasan negatif yaitu atribut kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas (A2) sebesar -2,2, atribut karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat (D2) sebesar -2,06/-1,03 dan atribut Keamanan Konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan (C1) sebesar -0,23, yang berarti pelayanan tersebut harus ditingkatkan agar dapat memuaskan pelanggan.

Langkah selanjutnya adalah pembuatan kurva kano yang dapat digambarkan sebagai berikut :



GAMBAR 1. KURVA KANO

#### B. Hasil Dan Pembahasan

Dari pengolahan data menggunakan metode *Servqual* dan model Kano, telah diketahui atribut atau kriteria mana saja yang akan menjadi prioritas untuk ditingkatkan agar pelayanan pembayaran PKB di Kantor Bersama XYZ sesuai dengan harapan pengguna jasa. Kriteria yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas. (A2)  
Dengan nilai Gap negatif yaitu -1,1 maka kurangnya fasilitas pendukung seperti jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas mengakibatkan konsumen/*customer* yang mengantri tidak tersedia tempat untuk duduk sehingga para konsumen menunggu dengan berdiri dan ketika konsumen/*customer* akan parkir, tempat parkirnya sempit. Sebaiknya kursi tunggu yang ada ditambah beberapa kursi lagi.
2. Karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat. (D2)  
Dengan nilai Gap negatif yaitu -2,06/-1,03 maka pelayanan dikatakan tidak memuaskan sehingga para pelanggan merasa belum puas.
3. Keamanan konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan. (C1)  
Dengan nilai Gap negatif yaitu -0,23 maka konsumen masih belum puas dengan pelayanan dan jaminan yang diberikan.

#### V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pembayaran PKB di Kantor Bersama XYZ dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan di Kantor Bersama XYZ menunjukkan nilai Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) sebesar 0,86 yang berarti dapat dinyatakan baik akan tetapi masih ada yang harus ditingkatkan agar memperoleh nilai yang maksimal.
2. Pada analisa tingkat kualitas pelayanan dan kebutuhan pelanggan menginformasikan terdapat 3 atribut yang memiliki nilai kepuasan negatif yaitu atribut kenyamanan ruang tunggu, fasilitas pendukung seperti kurangnya jumlah kursi tunggu dan area parkir yang kurang luas (A2) sebesar -2,2, atribut karyawan menyelesaikan masalah dengan cepat, tepat, dan cermat (D2) sebesar -2,06/-1,03 dan atribut Keamanan Konsumen dari pelanggaran peraturan perpajakan (C1) sebesar -0,23, yang berarti pelayanan tersebut harus ditingkatkan agar dapat memuaskan pelanggan secara maksimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani, 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 1, No 2, Politeknik Negeri Batam.
- Ali Mustakim, Shanti Kirana Anggraeni & Sirajuddin, 2017, "Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode KANO Berdasarkan Dimensi SERVQUAL Pada PT. AKR". Jurnal Program Studi Teknik Industri, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Andri, Irianto. (2005). Panduan Pengembangan Organisasi. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Anggara, Sahya. Dr. (2016). Hukum Administrasi Perpajakan. Penerbit Pustaka Setia Bandung.
- Arie Yoga Setyawan, Kris Suryowati, & Noeryanti, 2017, "Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah Dengan Metode Integrasi Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Model Kano", Jurnal Program Studi Statistika, Vol. 2, No. 2, Institut Sains & Teknologi AKPRIND, Yogyakarta.
- Arief Zohir, Cyrilla Indri Parwati, dan Joko Susetyo, 2017. "Integrasi Metode Servqual, QFD, dan Kano Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Perguruan Tinggi IAIM NU Kota Metro", Program Studi Teknik Industri, Vol. 5 No. 1, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Institut Sains dan Teknologi AKPRIND Yogyakarta.
- Carolina, Veronica. (2009). Pengetahuan Pajak. Jakarta: Salemba Empat.

- Deta Suara Pratiwi dan Chriswahyudi, 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien BPJS di Klinik DK Bintaro Dengan Metode Kano, Servqual, dan Gap Analysis", Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Institut Sains dan Teknologi Al Kamal, Jakarta Barat.
- Dewi Aprilia Kurniawati dan Moses Laksono Singgih, 2015. "Integrasi Servqual, IPA, dan QFD Sebagai Sarana Peningkatan Kualitas Pelayanan Unit Pembiayaan di Bank Syariah", Program Studi Magister Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.
- Dewi Kusuma Wardani dan Rumiayatun, 2017. "Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor", Jurnal Akuntansi, Vol 5, No 1, Universitas Sarjawawiyata Tamansiswa Yogyakarta.
- Didi Junaedi, 2015, "Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Kepariwisata dengan Metode Servqual dan Qfd (Studi Kasus di Keraton Kasepuhan Kota Cirebon)". Jurnal OE, Vol. 7, No. 1, Universitas Islam Bandung.
- Direktorat Jenderal Pajak Kanwil DJP Jakarta Selatan. (2011). Buku Panduan Hak dan Kewajiban Wajib Pajak.
- Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti, 2017, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 51, No. 2, Universitas Brawijaya Malang.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016, "Service Quality dan Satisfaction Edisi 4", Andi, Yogyakarta.
- Firda Triana Hartanti dan Ni Luh Putu Hariastuti, 2015. "Integrasi Servqual dan QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya", Jurnal Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Surabaya.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ihsan, Muchsin. (2013). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Penyuluhan Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Di Kota Padang. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Ilhamsyah, Randi, Maria G Wi Endang dan Rizky Yudhi Dewantara. (2016). Pengaruh Pemahaman dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Samsat Kota Malang). Jurnal Perpajakan (JEJAK) Vol. 8 No. 1
- Irianingsih, Eka. (2015). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Administrasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Kantor Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor SAMSAT Sleman
- Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati, 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung", Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 2, Universitas Telkom.
- Kandida Kenya Utami, Yati Rohayati, dan Wawan Tripiawan, 2018. "Perancangan Kebutuhan Pelanggan Terhadap Layanan Brolabs Menggunakan Metode Integrasi Service Quality dan Model Kano", Program Studi Teknik Industri, Vol. 5 No. 2, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom.
- Kemala, Winda. (2015). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sikap Wajib Pajak dan Reformasi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. JOM. FEKOM Vol. 2 No. 1 Februari 2015
- Lissa Rosdiana Noer, 2015. "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis", Jurnal Magister Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Surabaya.
- Lubis, Arfan Ikhsan. (2010). Akuntansi Keprilakuan. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Terbaru. Penerbit Andi . Yogyakarta .
- Mas Ajeng Puspito Astuti dan Dyah Ika Rinawati, 2015. "Analisis Kualitas Layanan Rumah Susun Sewa (RUSUNAWA) Mahasiswa UNDIP Menggunakan Metode Gabungan Service Quality, IPA, dan Model Kano", Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mawardi, Leganek. (2011). Optimalisasi Samsat Drive Thru Guna
- Mewujudkan Pelayanan Prima Dalam Rangka Mendukung Transparansi Pelayanan Polri Pada Samsat Jakarta Selatan. Skripsi Universitas Indonesia. Jakarta
- Moenir. H.A.S. (2011). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta
- Mohammad, Zain. (2008). Manajemen Perpajakan Edisi 3. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Muhammad Aries Firdaus, 2018, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Model Kano (Studi Kasus: Pt. Telkom Surabaya)" Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Surabaya.

- Muhammad Januar Rasyid, Husni Amani dan Sari Wulandari, 2018, "Analisis Kebutuhan Layanan E-Warong Menggunakan Integrasi Model Kano dan Metode Service Quality". *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 5, No. 2, Telkom University.
- Nurlaela, Siti. (2013). Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman, Kesadaran, Persepsi terhadap Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas. *Jurnal Paradigma* Vol. 11 No. 02.
- Nurmanto, Safri. (2007). Pengantar Perpajakan. Penerbit Yayasan Obor Indonesia
- Pranata, Teuku Andre. Mukhlizul Hamdi, Herawati. (2015). Pengaruh Kesadaran Wajib PAJAK, Sanksi Denda Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Bukit Tinggi.
- Rahayu, Siti Kurnia. (2010). Perpajakan Indonesia. Penerbit Graha Ilmu. Jakarta
- Rahmawati, Novia. (2013). Analisis Efektifitas Pemungutan Pajak Melalui Layanan Samsat Drive Thru (Studi Kasus Kantor Bersama Samsat Batu Kota). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Reni Puspitasari, 2015. "Analisis Kualitas Pelayanan Cikarang Dry Port Dengan Metode Importance Performance Analysis, dan Model Kano", Puslitbang Perhubungan Darat dan Perkeretaapian, Jakarta.
- Resmi, Siti. (2015). Perpajakan Teori dan Kasus . Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Rizky Ramadhano dan Anjar Priyono, 2016. "Manajemen Kualitas Jasa Perawatan Motor Dengan Metode Servqual, Quality Function Deployment, dan Model Kano", Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- Robbins, Stephen P. (2008). Perilaku Organisasi. Penerbit Prenhallindo. Jakarta
- Ryan Gunawan, 2015. "Peningkatan Kualitas Layanan di Anugerah Copy Center di Suarabya Dengan Menggunakan Integrasi Service Quality dan Model Kano ke Dalam QFD", Program Studi Teknik Industri, Vol. 4 No. 1, Universitas Surabaya.
- Sugijanto dan I Ketut Surabagiarta, 2016. "Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Pada Rumah Makan Mie Setan)", *Jurnal Program Studi Akutansi dan Manajemen*, Vol. XXI, No. 1, Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya.
- Sugiyono, 2015. "Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)", Alfabeta, Bandung.
- Tony Wijaya, 2018. "Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano)", Indeks, Jakarta.
- V. Wiratna Sujarweni, 2015. "Statistik untuk ekonomi & bisnis", Pustaka Baru, Yogyakarta.
- Veron Farminta, Sigit Mujiharjo, dan Karona Cahya Susena, 2015. "Analisis Kualitas Pelayanan Industri Jasa Olah Raga dengan Menggunakan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis", Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Dahasen Bengkulu.
- Wawan Agung Darmawan, Cyrilla Indri Parwati dan Winarni, 2017, "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Integrasi Metode Servqual dan Kano (Studi Kasus di STAI Ki Ageng Pekalongan)". *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 5, No. 1, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta.