

KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PEDAGANG DALAM MEMBAYAR RETRIBUSI PASAR

Dita Indah Fitri, Meyzi Hariyanto, dan Chalid Sahuri

Program Studi Magister Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya. Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Panam, Pekanbaru 28293

Abstract: Service Quality and Trader's Satisfaction In Paying Market Levy. This study aims to determine and analyze the effect of service quality on market merchant satisfaction at Pekanbaru City Market Service in paying market levies. The type of research used is survey research. The population of this study is the market traders and samples of 100 people who carried out accidentally. Technique of collecting data is done by observation, questionnaire and documentation. Data analysis method used is multiple linear regression. The results showed that the dimensions of service quality simultaneously and partially positive and significant effect on market traders satisfaction. The empathy variable is the dominant variable affecting market trader's satisfaction.

Keywords: service quality, market levy, merchant satisfaction

Abstrak: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pedagang Dalam Membayar Retribusi Pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pedagang pasar pada Dinas Pasar Kota Pekanbaru dalam membayar retribusi pasar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Populasi penelitian ini adalah pedagang pasar dan sampel sebanyak 100 orang yang dilakukan secara *accidental*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara simultan dan parsial bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang pasar. Variabel empati adalah variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pedagang pasar.

Kata kunci: kualitas pelayanan, retribusi pasar, kepuasan pedagang

PENDAHULUAN

Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah, perlu dilakukan perluasan objek pajak daerah dan retribusi daerah dan pemberian diskresi dalam penetapan tarif. Kebijakan pajak daerah dan retribusi dilaksanakan berdasarkan prinsip demokrasi, pemerataan dan keadilan, peran serta masyarakat dan akuntabilitas dengan memperhatikan potensi daerah. Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, maka penyelenggaraan pemerintahan daerah dilakukan dengan memberikan kewen-

angan yang seluas-luasnya, disertai dengan pemberian hak dan kewajiban menyelenggarakan otonomi daerah dalam kesatuan sistem penyelenggaraan pemerintahan negara. Undang - Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi, perlu disesuaikan dengan kebijakan otonomi daerah. Berdasarkan pertimbangan tersebut dibuatlah Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2009 tanggal 15 September 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang biasa disebut juga sebagai UU PDRD. Secara garis besar UU PDRD mengatur adanya perluasan objek pajak daerah dan retribusi daerah, menambah jenis pajak daerah dan retribusi daerah, menaikkan tarif maksimum beberapa jenis pajak daerah, dan

memberikan diskresi penetapan tarif pajak daerah kepada daerah.

Memang diakui bahwa semakin besar penerimaan daerah dari sektor retribusi daerah (retribusi pasar), semakin besar pula kemungkinan daerah untuk meningkatkan tingkat kemandirian keuangan dalam pengelolaan pemerintahan dan pembangunan di daerah. Oleh sebab itu perlu dikemukakan tentang strategis dan potensinya retribusi pasar bagi peningkatan PAD. Untuk Kota Pekanbaru, retribusi pasar merupakan jenis retribusi yang cukup tinggi kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah, jika dibandingkan dengan beberapa jenis retribusi lainnya, namun sektor retribusi pasar dalam tiga tahun terakhir kurang memberikan peningkatan yang berarti, bahkan mengalami penurunan dalam memberikan kontribusi terhadap penerimaan retribusi daerah.

Perolehan penerimaan retribusi pasar memang mengalami peningkatan, namun dari aspek realisasi pencapaian target yang telah ditetapkan, belum menunjukkan hasil yang optimal. Hal itu menunjukkan bahwa proses pengelolaan retribusi pasar yang dikelola oleh pemerintah daerah belum diselenggarakan dengan baik, yang tercermin dari tingkat realisasi target retribusi dalam tiga tahun terakhir mengalami fluktuasi. Sebagaimana data yang diperoleh untuk tahun 2013 yaitu sebesar 87,31% dan pada tahun 2014 mengalami peningkatan hingga 107% namun ditahun 2015 kembali mengalami penurunan 83,90%. Dalam upaya menghasilkan penerimaan daerah melalui sektor pajak guna mendukung program Pemerintah dalam pembangunan, maka Pemerintah Daerah Kota Pekanbaru melalui instansi terkait terus berupaya dan bekerja keras guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat agar mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapan yang diinginkan semua pihak.

Dengan adanya pelayanan retribusi pasar yang berkualitas yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Pekanbaru diharapkan bukan hanya dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagi instansi tersebut tetapi juga kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat

atas pelayanan yang diberikan sehingga menimbulkan kepatuhan bagi masyarakat dalam melaksanakan kewajiban membayar retribusi pasar. Fokus dalam penelitian ini adalah kepuasan para pedagang pasar yang ada di Kota Pekanbaru atas pelayanan yang diberikan oleh petugas yang ada di loket pelayanan. Sehubungan dengan itu maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh secara parsial dan simultan dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pedagang pasar dalam membayar retribusi pasar pada Dinas Pasar Kota Pekanbaru?. Barata (2003) pelayanan merupakan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisai. Boediono (2003) menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang memerlukan kepekaan & hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan. Supranto (1997) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan kinerja yang tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dari dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih cepat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Menurut Kotler (2002) bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Pemahaman terhadap harapan-harapan pelanggan oleh supplier merupakan *input* untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas produk baik barang maupun jasa. Kunci kepuasan pelanggan berkaitan dengan kepuasan terhadap penilaian produk barang dan jasa.

Dwiyanto (2010) terdapat 5 (lima) dimensi yang digunakan dalam menilai suatu kualitas pelayanan.

- 1) *Kehandalan (Reliability)*. Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan jasa seperti yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya sesuai yang diharapkan.
- 2) *Ketanggapan (Responsiveness)*. Instansi

- berupaya untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat.
- 3) Jaminan (*Assurance*). Yaitu pengetahuan, kemampuan petugas pelayanan dalam melaksanakan tugas yang menjamin kinerja yang baik dan jaminan keamanan.
 - 4) Empati (*Empathy*). Berusaha memahami keinginan pelanggan dengan memberikan perhatian / sentuhan secara ikhlas.
 - 5) Wujud fisik (*Tangibility*). Organisasi harus bisa memberikan bukti awal kualitas pelayanan yang tercermin dari penampilan fasilitas fisik yang dapat diandalkan.

Tjiptono (2011) mengelompokkannya dalam 3 (tiga) indikator:

- 1) Merasa puas karena setiap informasi yang dibutuhkan selalu tersedia.
- 2) Atas pelayanan yang diterima, ada keinginan untuk merekomendasikan pelayanan tersebut kepada yang lainnya.

- 3) Merasa puas karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pedagang dalam membayar retribusi pasar pada Dinas Pasar Kota Pekanbaru.

METODE

Desain penelitian adalah penelitian sosial bersifat deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian pedagang dan sampel adalah sebanyak 100 orang sebagai responden dengan menggunakan metode insidental. Pengumpulan data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Responden diminta menjawab pertanyaan dengan Metode Skala Likert. Analisis data yang digunakan untuk hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

HASIL

Tabel 1. Hasil Persamaan Regresi

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.045	.698		-.065	.948
	a. Kehandalan	.107	.053	.156	2.021	.046
	b. Ketanggapan	.275	.089	.242	3.083	.003
	c. Jaminan	.177	.088	.166	2.013	.047
	d. Empati	.313	.109	.177	2.883	.005
	e. Wujud Fisik	.309	.079	.305	3.909	.000

a. Dependent Variable: kepuasan wajib pajak

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat ditemukan persamaan regresi berganda yaitu $Y = -0,045 + 0,107X_1 + 0,275X_2 + 0,177X_3 + 0,313X_4 + 0,309X_5$. Berdasarkan persamaan tersebut dapat menunjukkan bahwa koefisien regresi dari semua variabel bebas

menunjukkan nilai positif. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pedagang.

Tabel 2. Nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.881 ^a	.783	.796	1.05126

a. Predictors: (Constant), wujud fisik, empati, ketanggapan, kehandalan, jaminan

b. Dependent Variable: kepuasan pedagang pasar

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan besarnya koefisien korelasi ($R = 0,811$) artinya bahwa variabel bebas yang diamati mempunyai hubungan yang erat dengan variabel terikat, sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,783 atau 79,60% artinya bahwa variabel bebas yang terdiri dari: variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan wujud fisik mampu menjelaskan 79,60% terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pedagang pasar, sedangkan 20,40% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil dari analisis regresi berganda telah membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pedagang pasar. Hasil Uji-f atau uji serempak/simultan menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan wujud fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang pasar yang ingin membayarkan retribusi pasarnya di Dinas Pasar Kota Pekanbaru. Hal ini berarti pula bahwa secara bersama-sama variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan wujud fisik menentukan kepuasan pedagang pasar atau dengan kata lain terdapat interaksi yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. pedagang pasar merasa puas karena variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan,

empati, dan wujud fisik telah sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan pedagang pasar. Hal ini sesuai dengan pendapat Oliver dalam Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan harga mati bagi kepuasan wajib pajak. Kaitannya dengan penelitian terdahulu Nugroho dan Sumadi (2005) adalah bahwa hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan variabel kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsibility*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan wujud fisik (*tangibility*) memberikan pengaruh terhadap kepuasan masyarakat wajib pajak.

Berdasarkan uji parsial (Uji-t) menunjukkan bahwa variabel kehandalan (*reliability*) bernilai positif. Nilai positif tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kehandalan yang terdiri dari: pelayanan yang diberikan sesuai yang dijanjikan, tepat waktu, layanan yang sama untuk setiap orang dan petugas tidak membuat kesalahan, memiliki pengaruh terhadap kepuasan pedagang pasar. Jika nilai variabel kehandalan tinggi, maka kepuasan pedagang pasar akan tinggi dan sebaliknya. Pelayanan sesuai janji merupakan tuntutan yang harus segera dilakukan jika menginginkan kepuasan pedagang pasar dimana hal ini searah atau sejalan dengan peningkatan penerimaan daerah Kota Pekanbaru di bidang pajak dan retribusi daerah. Ketepatan waktu dari segenap petugas dalam pelayanan kepada pedagang pasar akan menambah kenyamanan dan meningkatkan kepercayaan pedagang pasar dalam memenuhi kewajibannya membayar retribusi daerah. Demikian halnya dengan pelayanan yang tidak membedakan wajib pajak (pelayanan yang sama untuk setiap orang), yang berarti keberadaan prosedur yang baku dan sistem yang baik kepada wajib pajak menjadikan pelayanan kepada masyarakat sesuai ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan hasil analisis regresi maupun uji parsialnya (Uji-t), variabel ketanggapan menunjukkan nilai positif dan signifikan. Nilai positif menunjukkan bahwa ketanggapan yang terdiri dari: kesigapan dalam menyelesaikan masalah, tanggap terha-

dap keluhan pedagang pasar adalah sejalan dengan kepuasan pedagang pasar atau dengan kata lain bahwa ketanggapan mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pedagang pasar. Jika nilai variabel ketanggapan tinggi, maka kepuasan pedagang pasar akan tinggi dan sebaliknya. Dalam perkembangan masyarakat yang semakin dinamis, wajib pajak dalam hal ini para pedagang pasar yang membayarkan retribusinya juga semakin cerdas dan mempunyai sikap terbuka ketika terjadi ketidakberesan/ketidaksesuaian dalam hal pelayanan. Kritikan, keluhan dan saran dari masyarakat merupakan *input* yang sangat baik untuk memperbaiki sistem yang ada, dan hal ini perlu ditanggapi dan ditindaklanjuti oleh petugas pelayanan misalnya dengan membuka kotak saran dan mengambil langkah-langkah nyata atas permasalahan yang dihadapi wajib pajak ataupun menanggapi dengan ketulusan dan keikhlasan atas kritik, keluhan dan saran dengan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Hasil analisa regresi maupun uji parsial (Uji - t) dari variabel jaminan menunjukkan nilai positif. Nilai positif menunjukkan bahwa pengaruh jaminan yang terdiri dari: informasi yang diberikan petugas pelayanan dapat dipercaya, pengetahuan dan rasa tanggung jawab petugas akan tugas-tugas bidang yang ditangani, keamanan data-data wajib pajak adalah searah/sejalan dengan kepuasan wajib pajak. Jika nilai variabel jaminan tinggi, maka kepuasan pedagang pasar akan tinggi dan sebaliknya. Dalam hal ini petugas pelayanan dituntut untuk memiliki pengetahuan secara luas tentang jasa pelayanan pajak dan retribusi, memberikan informasi bidang tugasnya yang dapat dipercaya, serta rasa aman yang dirasakan oleh pedagang pasar atas data-data/dokumen yang dimilikinya merupakan salah satu syarat bagi peningkatan kepuasan pedagang pasar.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji parsial (Uji-t) dari variabel empati menunjukkan nilai positif. Nilai positif menunjukkan bahwa pengaruh empati yang terdiri dari: kemampuan petugas memberi-

kan perhatian yang tulus/ikhlas dan memberikan informasi yang dibutuhkan adalah searah/sejalan dengan kepuasan pedagang pasar. Jika nilai variabel empati tinggi, maka kepuasan pedagang pasar akan tinggi dan sebaliknya. Empati yang ditunjukkan oleh petugas pelayanan Dinas Pasar Kota Pekanbaru mengandung arti bahwa petugas mampu memahami keinginan pedagang pasar dengan memberikan perhatian secara tulus/ikhlas kepada setiap pedagang pasar yang datang untuk melakukan pengurusan retribusi pasar serta memberikan informasi yang dibutuhkan pedagang pasar mengenai retribusi pasar sehingga memberikan pengaruh terhadap kepuasan pedagang pasar. Dengan demikian maka variabel empati dianggap sebagai variabel yang paling berperan/dominan dalam mempengaruhi kepuasan pedagang pasar. Berdasarkan analisis regresi dan uji parsial (Uji-t) dari variabel wujud fisik menunjukkan nilai positif. Nilai positif menunjukkan bahwa pengaruh wujud fisik yang terdiri dari: gedung kantor, penampilan petugas/staf pelayanan, teknologi/ peralatan yang digunakan merupakan indikator yang turut mempengaruhi kepuasan pedagang pasar. Jika nilai variabel wujud fisik tinggi, maka kepuasan pedagang pasar akan tinggi dan sebaliknya.

Image/kesan pertama yang mencerminkan kualitas pelayanan suatu instansi yang melayani bidang perpajakan adalah sesuatu yang dapat dilihat. Ruangan yang nyaman, tidak panas, penerangan yang cukup dan beberapa hal pendukung fisik lainnya dapat mencerminkan kualitas pelayanan. Penampilan petugas/staf pelayanan yang bersih dan rapi juga turut berperan dalam mempengaruhi citra pelayanan yang diberikan. Indikator lain yang tidak kalah perlu adalah teknologi/ peralatan yang digunakan sebab jika peralatan yang digunakan bukan peralatan dan teknologi modern seperti komputer dan jaringan internet yang mempercepat akses informasi, dipastikan akan sulit menyelesaikan tuntutan tugas secara cepat dan tepat dan pada akhirnya berpengaruh terhadap kepuasan pedagang pasar yang dilayani.

SIMPULAN

Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Wujud fisik (*Tangibility*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang pasar yang membayarkan retribusi pasarnya pada loket pembayaran retribusi pasar di Dinas Pasar Kota Pekanbaru. Kelima variabel tersebut mampu menjelaskan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pedagang pasar. Dari kelima variabel yang mempengaruhi kepuasan pedagang dalam membayar retribusi pasar, maka yang paling dominan adalah penampilan fisik dari pelayanan aparaturnya. Namun masih terdapat beberapa faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mungkin mempengaruhi kepuasan pedagang pasar dalam membayar retribusi pasar di Dinas Pasar Kota Pekanbaru seperti disiplin kerja pegawai Dinas Pasar Kota Pekanbaru, kepuasan kerja atau kepemimpinan.

DAFTAR RUJUKAN

- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima (Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pekanggan)*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Boediono, B. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Cetakan Kedua. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung : Penerbit PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Nugroho, M. Andi Setijo, dan Sumadi. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak :*

Studi Pada Objek Pajak Penghasilan di KPP Yogyakarta Satu. *Majalah Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen, Edisi Khusus On Marketing*.

- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Cetakan ketiga, Penerbit Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pelayanan Publik*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- 2005. *Kepuasan dalam Pelayanan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.