

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PEMBAYARAN PAJAK DI SAMSAT KOTA MALANG

Yosta Yoserizal, Sony Haryanto

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan yang ada di kantor bersama Samsat Kota Malang, menganalisis dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan, menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di kantor bersama Samsat Kota Malang. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak kantor bersama Samsat Kota Malang, dengan sampel 217 wajib pajak yang ditetapkan melalui sampling kebetulan. Pengumpulan data penelitian menggunakan metode survei dengan teknik kuesioner. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah: analisis Gap 5 *Service Quality*, digunakan untuk mengetahui gap/ kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi wajib pajak terhadap kualitas layanan di kantor Bersama Samsat Malang Kota, regresi linear berganda, digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* dan variabel *dependent*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat kesenjangan harapan wajib pajak dengan kinerja Kantor Samsat Malang Kota bernilai negatif di kelima dimensi, dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan adalah dimensi empati dengan nilai gap negatif tertinggi yaitu -1,37, dimensi empati merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak dibandingkan keempat dimensi lainnya. Untuk itu Kantor Samsat Malang Kota masih perlu meninjau kembali kualitas layanan yang sudah ada untuk dilakukan perbaikan ataupun meningkatkan kualitasnya.

Kata kunci : kualitas layanan, *service quality*, kepuasan pelanggan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk maupun jasa (Tjiptono, 2011). Sedangkan Jasa atau pelayanan itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai produk. Berbagai konsep mengenai pelayanan banyak dikemukakan oleh Tjiptono (2011), jasa bersifat *intangible* dan lebih merupakan proses yang dialami pelanggan secara subyektif, di mana aktifitas produksi dan konsumsi berlangsung pada saat bersamaan. Selama proses tersebut berlangsung, terjadi interaksi yang meliputi serangkaian *moments of truth* antara pelanggan dan penyedia jasa. Apa yang terjadi selama interaksi tersebut (disebut pula interaksi pembeli-penjual atau istilahnya *service encounters*). Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa atau layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2011). Menurut Kotler (2000), pengertian kualitas pelayanan adalah “*Quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bear on it’s ability stated needs*”, artinya, kualitas merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk atau jasa, berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.

SAMSAT atau Sistem Administrasi Manunggal di Bawah Satu Atap sebagai salah satu penyedia jasa layanan publik yang merupakan sistem kerjasama secara terpadu antara Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI) yang mempunyai fungsi dan kewenangan di bidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, Dinas Pendapatan Daerah di bidang pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor (BBN-KB), dan PT Jasa Raharja (Persero) di bidang asuransi kecelakaan lalu lintas pelayanan yang diberikan Kantor Samsat, terdiri dari (1) Pendaftaran kendaraan bermotor, (2) Perpanjangan STNK setelah 5 tahun, (3) Pendaftaran mutasi (4) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis salah satu dari lima dimensi serqual dari kualitas pelayanan jasa yang diterima wajib pajak di kantor Samsat Malang Kota serta untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dimana konsep jasa atau layanan merupakan suatu hasil yang diciptakan melalui aktifitas dalam keterkaitan antara pemasok dan pelanggan serta melalui aktivitas internal pemasok, untuk memenuhi pelanggan (Gaspersz,1997). Menurut Gronros (2000) juga memberikan definisi mengenai jasa (*service*), adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya terjadi interaksi antara pelanggan dan karyawan atau sumber daya fisik dan atau sistem penyedia jasa (Tjiptono, 2005).

Menurut Kotler (1994), karakteristik jasa bertujuan untuk membedakan dari produk nyata, jasa memiliki empat karakteristik yang sangat berpengaruh dalam perancangan suatu program pemasaran dan pengambilan keputusan terutama dalam upaya meningkatkan kualitasnya. Keempat karakteristik jasa yang terdiri dari :

1. Intangibility

Tidak dapat dilihat,dirasa, dicium, dan diraba sebelum di konsumsi

2. Inseparability (Tidak Terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi.

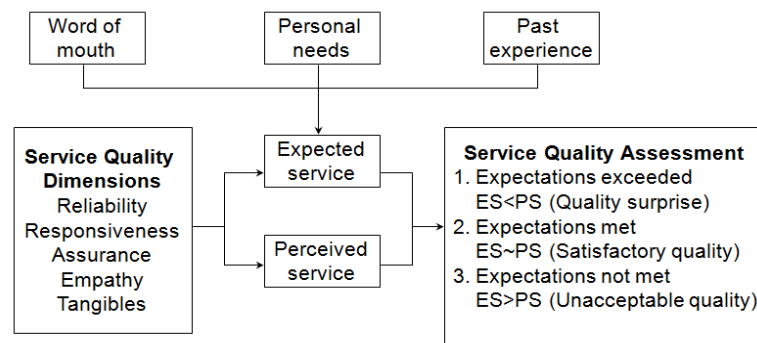
3. Variability (Keragaman)

Jasa bersifat sangat variatif karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi

4. Perishability (Tidak Tahan Lama)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai masalah akan muncul berkaitan dengan kapasitas. bentuk, kualitas, dan jenis Tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan sesuai dengan gambar dibawah ini (Gadis Nurani, 20015)



Gambar 1. Customer Assesment Of Perceived Service Quality

Pengukuran kualitas jasa dalam model *service quality* didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan (ekspektasi) dimana pelanggan sebelum membeli atau mengkonsumsi suatu jasa sebagai standar / acuan dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan serta yang diterima (persepsi) dimana konsumen lebih mengenal pada perasaan atau pendapat konsumen terhadap jasa yang diterimanya.

Pada dasarnya kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk/ jasa yang dikonsumsi. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh penyedia jasa.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei analisis yaitu dengan metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data serta populasi dalam penelitian ini adalah berapa orang wajib pajak yang berada di Kantor Samsat Malang Kota untuk mendapatkan pelayanan dimana sampelnya adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan sampling adalah suatu proses memilih bagian dari unsur populasi yang jumlahnya mencukupi secara statistik. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot d^2}$$

Dimana :

$n$  = Jumlah Sampel  
 $N$  = Jumlah Populasi  
 $d^2$  = Presisi yang ditetapkan

Diketahui :  $N = 500$

$d^2 = 5\%$

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot d^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500 \cdot 0,05^2} = 222,22 \approx 222$$

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan alat ukur skala likert. Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah variabel yang terdiri dari lima dimensi serta uji instrumen dengan menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner awal disebarkan kepada 10 responden wajib pajak di Kantor Bersama Samsat Malang Kota, untuk menguji apakah instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sudah valid serta reliabilitas yang mana bertujuan untuk mengetahui konsistensi responden dari waktu ke waktu dalam menjawab pertanyaan/ pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan, dan dikatakan reliabel jika data dalam kuesioner tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

## PEMBAHASAN

Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan jenis data yang dikumpulkan maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh langsung dari Variabel bebas (X) yang meliputi : *Tangible* ( $X_1$ ), *Reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *Assurance* ( $X_4$ ), *Emphaty* ( $X_5$ ) terhadap Kepuasan (Y).

Model regresi berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Setelah di lakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan program *software SPSS 21.0 For Windows*, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Instrumen Persepsi Pelanggan

N=20 df=(N-2)						
No	Variabel	Pre Test Kuesioner				
		Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		<i>r tabel</i>	<i>r hitung</i>	Kesimpulan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
1	x1.1	0,4438	0,878	Valid	0,845	Reliabel
2	x1.2	0,4438	0,844	Valid	0,859	Reliabel
3	x1.3	0,4438	0,885	Valid	0,916	Reliabel
4	x1.4	0,4438	0,828	Valid	0,878	Reliabel
5	x2.1	0,4438	0,733	Valid	0,933	Reliabel
6	x2.2	0,4438	0,975	Valid	0,887	Reliabel
7	x2.3	0,4438	0,793	Valid	0,925	Reliabel
8	x2.4	0,4438	0,852	Valid	0,913	Reliabel
9	x2.5	0,4438	0,819	Valid	0,926	Reliabel
10	x3.1	0,4438	0,899	Valid	0,886	Reliabel
11	x3.2	0,4438	0,822	Valid	0,914	Reliabel
12	x3.3	0,4438	0,833	Valid	0,908	Reliabel
13	x3.4	0,4438	0,828	Valid	0,919	Reliabel
14	x4.1	0,4438	0,781	Valid	0,949	Reliabel
15	x4.2	0,4438	0,956	Valid	0,894	Reliabel
16	x4.3	0,4438	0,916	Valid	0,906	Reliabel
17	x4.4	0,4438	0,813	Valid	0,939	Reliabel
18	x5.1	0,4438	0,815	Valid	0,883	Reliabel
19	x5.2	0,4438	0,936	Valid	0,852	Reliabel
20	x5.3	0,4438	0,802	Valid	0,884	Reliabel
21	x5.4	0,4438	0,661	Valid	0,913	Reliabel
22	x5.5	0,4438	0,711	Valid	0,906	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SPSS 21.0 For Windows

Tabel 2. Hasil Uji Instrumen Harapan Pelanggan

N=20 df=(N-2)						
No	Variabel	Pre Test Kuesioner				
		Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		<i>r tabel</i>	<i>r hitung</i>	Kesimpulan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
1	x1.1	0,4438	0,745	Valid	0,872	Reliabel
2	x1.2	0,4438	0,745	Valid	0,872	Reliabel
3	x1.3	0,4438	0,840	Valid	0,836	Reliabel
4	x1.4	0,4438	0,740	Valid	0,874	Reliabel
5	x2.1	0,4438	0,967	Valid	0,906	Reliabel
6	x2.2	0,4438	0,907	Valid	0,922	Reliabel
7	x2.3	0,4438	0,967	Valid	0,906	Reliabel
8	x2.4	0,4438	0,732	Valid	0,942	Reliabel
9	x2.5	0,4438	0,732	Valid	0,942	Reliabel

Analisis Kualitas Pelayanan Pembayaran Pajak di Samsat Kota Malang

N=20 df=(N-2)						
No	Variabel	Pre Test Kuesioner				
		Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r tabel	r hitung	Kesimpulan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
10	x3.1	0,4438	0,957	Valid	0,888	Reliabel
11	x.3.2	0,4438	0,957	Valid	0,888	Reliabel
12	x3.3	0,4438	0,761	Valid	0,950	Reliabel
13	x3.4	0,4438	0,761	Valid	0,950	Reliabel
14	x4.1	0,4438	0,636	Valid	0,843	Reliabel
15	x4.2	0,4438	0,634	Valid	0,836	Reliabel
16	x4.3	0,4438	0,899	Valid	0,716	Reliabel
17	x4.4	0,4438	0,634	Valid	0,836	Reliabel
18	x5.1	0,4438	0,922	Valid	0,913	Reliabel
19	x5.2	0,4438	0,884	Valid	0,929	Reliabel
20	x5.3	0,4438	0,896	Valid	0,924	Reliabel
21	x5.4	0,4438	0,884	Valid	0,929	Reliabel
22	x5.5	0,4438	0,771	Valid	0,94	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS 21.0 For Window

Tabel 3 Nilai Servqual Setiap Dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan	Nilai Servqual
<i>Tangibles</i>	3,73	4,43	-0,7
<i>Reliability</i>	3,43	4,70	-1,27
<i>Responsiveness</i>	3,38	4,57	-1,19
<i>Assurance</i>	3,66	4,65	-0,99
<i>Emphaty</i>	3,19	4,57	-1,38

Sumber: Hasil Olah Data

Dari tabel 3 dapat dilihat adanya nilai gap negatif terdapat pada variabel *tangibles* (X1), variabel *reliability* (X2), variabel *responsiveness* (X3), variabel *assurance* (X4), dan variabel *emphaty* (X5). Pada kolom nilai servqual menunjukkan variabel *tangibles* (X1) terdapat nilai gap negatif sebesar -0,7, variabel *reliability* (X2) terdapat nilai gap negatif sebesar -1,27, variabel *responsiveness* (X3) terdapat nilai gap negatif sebesar -1,19, variabel *assurance* terdapat nilai gap negatif sebesar -0,99, dan variabel *emphaty* terdapat nilai gap negatif sebesar -1,38. Nilai gap negatif menunjukkan bahwa layanan yang ada belum cukup berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan di Kantor Bersama Samsat Malang Kota belum dapat memenuhi seluruh harapan wajib pajak. Dari kelima variabel tersebut, variabel yang terdapat gap negatif tertinggi adalah variabel *emphaty* (X5) dengan nilai gap negatif sebesar -1,38. Hal ini menunjukkan bahwa wajib pajak mengharapkan lebih agar pegawai Kantor Samsat Malang Kota ini memberikan perhatian personal, kemudahan dalam pelayanan, lebih memahami kebutuhan spesifik pelanggan, memberikan simpati dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian telah menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wajib pajak. Berdasarkan hasil analisis service quality,

didapatkan hasil bahwa pada tiap variabel yang di uji dengan kuesioner bernilai negatif, yang artinya wajib pajak belum cukup puas dengan pelayanan yang ada. Sedangkan berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, seluruh variabel yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang berpengaruh secara signifikan untuk meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

**Tangibles** adalah bukti fisik atau kondisi bukti fisik yaitu kemampuan Kantor Samsat Malang dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak *eksternal*. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa meliputi fasilitas fisik (gedung, tempat parkir, dll), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan), serta penampilan pegawainya. Untuk perbaikan kondisi fisiknya dapat dilakukan prioritas perbaikan sebagai berikut :

- Perbaikan kelengkapan sarana dan prasarana dalam media informasi (internet).
- Pertambahan jumlah tempat duduk, AC yang memadai.
- Kebersihan di dalam atau luar ruangan.
- Ruang tunggu yang nyaman, seperti adanya fasilitas TV, radio, dll.

**Reliability** (kehandalan) merupakan kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kehandalan pegawai SAMSAT dapat dilihat dari seberapa jauh kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan memuaskan serta kemampuannya dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh wajib pajak. Untuk perbaikan dalam kehandalan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

- Penambahan loket pembayaran agar tidak menyebabkan antrian panjang.
- Pegawai harus cermat dan teliti pada saat melaksanakan tugasnya terutama dalam mengoperasikan komputer agar tidak terjadi kesalahan sehingga wajib pajak tidak menunggu lama.

**Responsiveness** atau daya tanggap dapat dilihat dari seberapa jauh pegawai samsat dalam merespon apa yang dibutuhkan wajib pajak dan keluhan yang disampaikan wajib pajak selama mereka mendapatkan pelayanan. Wajib pajak terkadang mendapatkan pelayanan yang memuaskan tapi terdapat pula dari mereka yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Perbaikan yang dapat dilakukan dalam hal kehandalan adalah :

- Pegawai harus merespon dengan baik saran serta keluhan para wajib pajak.
- Kotak keluhan dan saran yang lebih di efektifkan.
- Pegawai harus bersedia memberikan penjelasan mengenai prosedur membayar pajak dengan baik dan ramah, karena masih banyak wajib pajak yang belum jelas dengan prosedur membayar pajak, khususnya orang tua atau wajib pajak yang pertama kali datang ke samsat.

**Assurance** (jaminan) mencakup karyawan atau pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah tamahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dan memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan menanamkan kepercayaan wajib pajak terhadap samsat kota Malang. Perbaikan yang dapat dilakukan dalam hal ini adalah :

- Pegawai harus bersifat ramah dan sopan saat melayani wajib pajak, terutama kepada wajib pajak yang sudah tua.
- Menanamkan sikap menghormati dan menghargai terhadap wajib pajak.

**Empathy** (empati) meliputi perhatian secara individual yang diberikan pegawai dalam melayani wajib pajak, seperti kemampuan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perbaikan yang dapat dilakukan dalam hal ini adalah sebagai berikut :

- Adanya komunikasi yang baik antara pegawai dan wajib pajak dapat mempercepat waktu penyelesaian.
- Pegawai samsat memberikan perhatian yang bersifat individual dan tulus kepada wajib pajak, misalnya ketika wajib pajak membutuhkan bantuan dan informasi terkait pelayanan, maka hendaknya pegawai senantiasa membantu dengan tulus dan sopan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari perhitungan *service quality* untuk dimensi *tangibles* belum dapat memenuhi harapan pelanggan dengan nilai gap negatif -0,7 , dimensi *reliability* dengan nilai gap negatif sebesar -1,27, dimensi *responsiveness* dengan nilai gap negatif sebesar -1,19, dimensi *assurance* dengan nilai gap negatif sebesar -0,99, dan dimensi *emphaty* dengan nilai negatif sebesar -1,38. Terjadinya gap bernilai negatif menunjukkan bahwa skor rata-rata persepsi masih rendah dibanding skor rata-rata harapan.

Dari kelima dimensi kualitas layanan jasa, dimensi *emphaty* (perhatian) lah yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan dengan nilai gap negatif tertinggi -1,38. Dengan demikian, wajib pajak menilai bahwa pegawai Kantor Samsat Malang Kota kurang memberikan perhatian, belum memberikan pelayanan yang mudah, kurang menunjukkan sikap simpati dalam memberikan pelayanan, kepentingan pelanggan belum diutamakan, dan kurang memahami kebutuhan spesifik para wajib pajak.

## SARAN

1. Untuk membantu SAMSAT dalam mengetahui kinerja pegawai dan pelayanan yang diberikan sebaiknya SAMSAT menyediakan saluran pengaduan khusus sehingga wajib pajak juga dapat menyampaikan keluhannya, karena keberadaan kota keluhan dan saran kurang efektif. Pengaduan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang sudah cukup canggih, yaitu dengan membuat layanan call center, jadi wajib pajak dapat menyampaikan keluhannya melalui SMS ke nomer tertentu.
2. Perlu dilakukannya penelitian-penelitian lebih internal dan secara rutin oleh pihak perusahaan dalam hal peninjauan akan peningkatan atau menjaga kualitas layanan agar tetap memuaskan wajib pajak. Penelitian rutin perlu dilakukan karena persepsi pelanggan dapat berubah sewaktu-waktu.
3. Cek fisik sebaiknya lebih dioptimalkan, mengingat banyak wajib pajak yang membayar lewat biro jasa, sehingga kendaraan tidak melalui cek fisik. Setiap kendaraan harus cek fisik, hal ini penting karena cek fisik berkaitan dengan layak atau tidaknya kendaraan digunakan.
4. Meskipun dalam kebijakan pemutihan, sebaiknya pihak kantor samsat tetap menjaga kualitas layanan agar wajib pajak tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media, Yogyakarta, 2011.
- Gronroos, C. 1992. *Service Management and Marketing*. Lexington Books. Massachusetts, Toronto
- Gaspers, P, *Total Quality Manajemen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ketiga, Jakarta, 1997
- Kotler, Philip, *Manajemen Perusahaan*, Jilid I. Edisi Keenam, Erlangga, Jakarta, 1995.
- Kurniawan, Heri, *Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, Edisi : 2, Salemba Infotek.
- Lovelock, Christopher. 2002. *Service Marketing In Asia*. Prentice Hall Inc Singapore. Hal 5.
- Parasuraman, Valarie A. Z. and Berry. *Delivering Service Quality*. Mc Milan, New York, 2002, p.21
- Sulaiman, Wahid. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York, 2002, p.40