

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dalam bisnis semakin pesat baik di pasar nasional maupun internasional, hal ini dapat dilihat dengan semakin modernnya peralatan yang digunakan dalam suatu perusahaan. Selanjutnya untuk menghadapi persaingan tersebut supaya perusahaan tidak kalah dengan pesaingnya, maka perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya, yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang lebih baik daripada pesaing yang ada.

Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang berkualitas bukan merupakan hal baru. Masyarakat mengharapkan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang mudah, lancar, kenyamanan, kejelasan prosedur pelayanan dan keterbukaan. Namun harapan masyarakat ini belum sepenuhnya terpenuhi. Perusahaan harus menaruh perhatian yang serius dan sungguh-sungguh terhadap permasalahan ini, sebab kualitas perusahaan itu tidak dapat dinilai sendiri oleh perusahaan melainkan berdasarkan penilaian masyarakat.

Diberlakukannya sistem *self assessment* selama kurang lebih 20 tahun sebagai sistem pemungutan pajak di Indonesia, maka perlu didukung dengan sistem pelayanan yang baik. Melalui sistem *self assessment* dapat diketahui sejauh mana keberhasilan sistem ini dalam meningkatkan kepatuhan dan kesadaran wajib pajak. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap sistem

ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak perseorangan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan sehingga dapat meningkatkan penerimaan pajak dari tahun ke tahun.

Kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap kinerja layanan organisasi bersifat dinamis, majemuk dan variatif sehingga menuntut organisasi untuk memenuhinya dengan cara yang terbaik, kualitas tinggi dan biaya murah. Dengan kata lain dengan pengorbanan seminimal mungkin konsumen menuntut untuk memperoleh pelayanan yang paling memuaskan. Citra atau image organisasi di mata konsumen sangat berpengaruh terhadap tercapainya misi dan visi organisasi. Citra yang baik dan menyenangkan akan menumbuhkan kepercayaan dan pengakuan atau pandangan yang positif atas pelayanan yang diberikan (Suratno dan Purnomo, 2004).

Kepercayaan konsumen menimbulkan kerelaan hati untuk memberikan kontribusi dalam wujud melaksanakan aktivitas yang mendukung organisasi yang memberikan pelayanan. Jika organisasi yang berorientasi bisnis memiliki citra buruk maka akan ditinggalkan pelanggan dan berpindah kepada pemasar lain sedangkan apabila organisasi merupakan pelayanan masyarakat maka penurunan citra organisasi tercermin dalam bentuk: pernyataan kurang/tidak puas, banyaknya keluhan, penurunan kepatuhan dalam pembayaran dan pelaporan, masyarakat tidak kooperatif, meremehkan dan yang lebih fatal masyarakat tidak mau melaksanakan kewajibannya sama sekali.

Isu penting tentang perlunya pengembangan kinerja birokrasi pemerintah yang kompetitif seiring dengan perubahan trend globalisasi telah

menjadi agenda penting bagi pemerintahan di banyak negara akhir-akhir ini (Cullen & Cushman, 2000). Akan tetapi upaya ke arah itu tampaknya masih mengalami banyak permasalahan serius, terutama menyangkut keberadaan dan penerapan sistem dan lembaga birokrasi pemerintah yang masih belum sepenuhnya mampu mengembangkan sistem yang adaptif terhadap dinamika masyarakat; mengadopsi nilai-nilai baru yang relevan dari dunia bisnis untuk memperbaiki kinerja pelayanan publik. Dengan dicanangkannya tax ratio pada tahun 2004 sebesar 14% oleh Dewan Perwakilan Rakyat maka hal ini memiliki konsekuensi terhadap meningkatnya target penerimaan pajak yang harus diusahakan untuk dicapai melalui kegiatan yang tidak hanya mengandalkan pada peraturan saja namun harus dibarengi dengan pelayanan yang memuaskan para pelanggan (yang dalam hal ini adalah para wajib pajak).

Sebagai organisasi pemerintah yang melaksanakan tugas pengumpulan penerimaan Negara dan sekaligus berkewajiban memberikan pelayanan kepada masyarakat, peran dan fungsi Direktorat Jenderal Pajak semakin menjadi penting, tidak dapat berbuat atau berperilaku hanya berdasarkan aturan, prosedur, ketentuan dan kebiasaan belaka akan tetapi mau tidak mau harus dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui pelayanan yang terbaik. Nilai-nilai yang dianut dan menjadi acuan agar dapat memberi layanan terbaik adalah: profesionalisme yang meliputi integritas, disiplin, kompetensi, transparansi, akuntabilitas, meritokrasi, kemandirian, pelayanan prima serta pembelajaran dan pemberdayaan.

Dalam kaitan dengan prosedur dan proses dalam rangka peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat, pemerintah telah mencanangkan suatu program yang diistilahkan sebagai Pelayanan Prima. Melalui program ini diharapkan aparatur pemerintah memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat melalui kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan serta tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi, memberikan solusi yang optimal, terbaik, excellent, bagi kebutuhan masyarakat, dalam pemasaran proses ini disebut dengan *Service Excellent*.

Begitupula apa yang harus dilaksanakan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Sukoharjo; sebagai salah satu instansi operasional daerah di bawah Direktorat Jenderal Pajak yang mempunyai tugas melakukan penatausahaan setoran, pengawasan pemenuhan kewajiban dan penerbitan Surat Tagihan Pajak Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai atas Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah serta Pajak Tidak Langsung Lainnya. Tugas yang harus dilaksanakan instansi ini diimplementasikan melalui beberapa jenis pelayanan yang terdiri dari (Suratno dan Purnomo, 2004):

1. Pemberian Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Nomor Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (NPPKP);
2. Penerbitan Surat Keputusan Penundaan Penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan (PPh.);
3. Penerbitan Surat Keterangan Bebas Pajak Penghasilan dan Surat Keterangan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Tidak Dipungut;
4. Penerbitan Surat Keterangan Fiskal (*Tax Clearance*);

5. Penerbitan Surat Keputusan atas permohonan pengembalian Kelebihan Pembayaran Pajak;
6. Penerbitan Surat Keputusan Pembetulan, Keberatan, Penghapusan sanksi Administrasi dan Pembatalan Ketetapan Pajak yang tidak benar;
7. Penerbitan Keputusan Menunda atau Angsuran pembayaran utang pajak;
8. Pemberian Formulir perpajakan;
9. Konsultasi masalah perpajakan;

Wajib Pajak merupakan faktor utama yang menentukan sukses atau tidaknya kegiatan pemungutan dan pengumpulan pajak, oleh karena itu eksistensinya harus mendapatkan tempat yang paling terhormat, mendapatkan pelayanan yang terbaik, kebutuhannya akan kemudahan, kenyamanan dan kepastian hukum harus dijamin.

Namun pada kenyataannya banyak wajib pajak merasa menemui hambatan dalam proses pelayanan yang diberikan oleh aparat perpajakan; petugas yang lamban, tidak ramah, berbelit-belit, menunggu terlalu lama, kantor dan layanan kurang nyaman, fasilitas yang tidak memadai, dan lain sebagainya yang menimbulkan adanya keluhan, complain dan enggan mereka menyelesaikan urusan kewajibannya, dan pada gilirannya nanti berakibat pada tumbuhnya sikap tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Pada umumnya ketidakpuasan pelanggan terjadi karena pelayanan yang tidak sesuai dengan mereka harapkan dan fasilitas tidak memadai. Ketidakpuasan ini terangkum dalam lima dimensi layanan jasa menurut Philip

Kotler yaitu dimensi keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), perhatian (*empathy*), keberwujudan (*tangible*) (Supranoto, 2001).

Terjadinya penurunan penyampaian SPT Tahunan, berkurangnya pembayaran pajak, berkurangnya jumlah wajib pajak yang membayar pajak, akibatnya rencana penerimaan tidak akan tercapai dan akhirnya misi organisasi sulit diwujudkan. Situasi ini diduga merupakan indikasi semakin tidak terpenuhinya kepuasan pelanggan (wajib pajak) atau semakin menurunnya kinerja layanan yang diterima dan tidak sesuai dibanding layanan yang diharapkan akibat dari menurunnya kualitas pe-layanan, oleh karena itu wajib pajak mulai meninggalkan instansi ini yaitu dengan cara melaksanakan hanya sebagian kewajiban dan atau tidak melaksanakan kewajiban perpajakan, pada akhirnya berakibat pada penurunan kepatuhan dalam penyampaian kewajiban perpajakan oleh wajib pajak (Suratno dan Purnomo, 2004).

Hal lain yang kurang atau tidak disadari selama ini adalah seolah-olah suatu kantor Pelayanan Pajak memiliki kewenangan monopoli (tidak ada persaingan) dalam hal menghimpun pajak dan mengawasi jalannya pemenuhan kewajiban perpajakan oleh wajib pajak. Padahal dalam kenyataannya tidaklah demikian; karena pada wilayah propinsi yang sama (bahkan di masa mendatang hingga pada kabupaten yang sama) terdapat beberapa Kantor Pelayanan Pajak yang sangat memungkinkan perpindahan status terdaftar sesuatu atau seorang wajib pajak dari satu Kantor Pelayanan Pajak ke Kantor Pelayanan Pajak yang lain.

Profesionalisme layanan penyedia jasa dipahami akan menciptakan kepuasan para konsumen. Oleh karena itu upaya peningkatan profesionalisme harus terus dilakukan demi tercapainya kepuasan konsumen. Tinggi rendahnya profesionalisme layanan bisa dilihat dari penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang mereka terima dibandingkan kualitas layanan yang mereka harapkan atau perbandingan antara kinerja kualitas layanan dengan kualitas layanan yang dinilai penting oleh konsumen. Atas dasar uraian di atas, akan dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan pada Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua, baik tingkat kepentingan konsumen atas kualitas layanan maupun tingkat kinerja kualitas layanan.

Penelitian mengenai perpajakan sudah banyak dilakukan, tetapi penelitian mengenai faktor pelayanan yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak perseorangan khususnya mengenai pajak penghasilan masih jarang dilakukan. Hendra (2003) menemukan bahwa suatu unsur tenaga, sarana, dan dana yang dimiliki oleh dapat mewujudkan terselenggaranya pelayanan yang bermutu sehingga pelanggan akan merasa puas atas pelayanan kesehatan yang diterima. Sebaliknya jika unsur tenaga, sarana, dan dana yang dimiliki buruk atau jelek tentunya tidak dapat mewujudkan terselenggaranya kualitas pelayanan yang bermutu dan pelanggan akan merasa tidak puas atas pelayanan yang diterima yang pada akhirnya mereka memilih perusahaan yang lebih baik.

Suratno dan Purnomo (2004) meneliti tentang tingkat kepuasan wajib pajak terhadap kualitas layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua. Menggunakan pengukuran kualitas layanan berupa *tangibles*, *reliability*,

responsiveness, assurance, dan empathy, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kinerja Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua pada semua dimensi kualitas layanan pada kondisi di bawah dari nilai harapan. Dimulai dari dimensi layanan dengan kesenjangan pencapaian kinerja paling senjang/lebar adalah: dimensi *tangible* (1) baru mampu menampilkan kinerja sebesar 43,63% dari nilai harapan wajib pajak; dimensi *reliability* (2) kinerja layanan yang ditampilkan sebesar 70,55% dari nilai harapan wajib pajak; dimensi *assurance* (3) dapat mewujudkan kinerja layanan sebesar 73,04% dari nilai harapan wajib pajak, dimensi *assurance* (4) telah dapat menampilkan kinerja sebesar 73,75% dari nilai harapan wajib pajak dan perwujudan kinerja tertinggi adalah dimensi *responsiveness* yang mampu mencapai *performance* kinerja layanan sebesar 74,09%.

Tresiana (2007) meneliti tentang kualitas pelayanan institusi publik dan tingkat kepuasan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap unit teknik PDAM Kota Bandar Lampung adalah sebesar 1,58 dengan mutu pelayanan kategori IV yang menandakan bahwa responsi pelanggan terhadap kinerja pelayanan mengindikasikan tidak baik.

Poerwanto (2002) meneliti tentang evaluasi kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan model 4D. Manajemen kualitas pengantaran jasa cenderung berfokus pada meminimisasi respon negatif terhadap penawaran produk daripada memaksimalkan respon positif. Model 4D - *Disconfirmation, Dissatisfaction, Dissonance* dan *Disaffection* –merupakan satu model yang

melihat kualitas jasa dari sisi negatif. Meskipun model 4D memberikan indikasi relatif yang lebih baik tentang tingkat kualitas jasa terhadap kompetitor sejenis, model ini masih menyisakan pertanyaan penting mengenai bagaimana sikap dapat digunakan untuk memprediksi satu perilaku tertentu. Terlepas dari itu, model ini dapat menjadi wacana yang bermanfaat setidaknya dalam mengevaluasi kualitas jasa dan dalam mendapatkan *feedback* berkualitas yang diperlukan oleh manajer untuk menentukan wilayah dan skop perbaikan (*recovery*) kualitas jasa.

Irmawati (2001) meneliti tentang kesenjangan kualitas pelayanan rumah sakit di Solo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan (*gap*) yang signifikan antara kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan yang diterima dari rumah sakit. Perbedaan tersebut terletak pada dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Penelitian yang dilakukan oleh Liliana (2005) tentang hubungan antara tingkat pendidikan wajib pajak dan efektivitas layanan informasi perpajakan terhadap sikap ketaatan wajib pajak dalam membayar pajak di Kecamatan Jepon Kabupaten Blora, Jawa Tengah menemukan bukti bahwa terdapat hubungan yang positif antara tingkat pendidikan dan efektivitas layanan informasi perpajakan dengan sikap ketaatan membayar pajak.

Hartini dan Akbar (2002) meneliti tentang kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat hubungan yang tidak langsung antara kualitas pelayanan dengan kecenderungan perilaku konsumen. Kecenderungan ini menjelaskan apakah konsumen bertahan atau berpindah ke perusahaan lain.

Penelitian ini termotivasi dari penelitian Suratno dan Purnomo (2004), Hendra (2003) dan Irmawati (2001). Perbedaan dengan penelitian yang sekarang ini, Suratno dan Purnomo (2004) meneliti dimensi kualitas pelayanan secara kualitatif, sehingga tidak melakukan uji statistik. Hendra (2003) menganalisa sampel yang terdiri atas 40 responden yang memberikan jawaban atas kuesioner. Hasil risetnya memberikan bukti bahwa sebagian besar responden belum sepenuhnya mampu memahami *self assessment system* dan belum mampu menerapkannya. Sementara penelitian Irmawati (2001) menggunakan sampel pada rumah sakit di Karesidenan Solo, sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dengan wajib pajak.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah”

1. Bagaimanakah persepsi wajib pajak orang pribadi terhadap kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo?
2. Apakah terdapat perbedaan persepsi wajib pajak orang pribadi terhadap kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo dilihat dari sudut dimensi keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), perhatian (*empathy*), keberwujudan (*tangible*)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji bukti empiris tentang persepsi wajib pajak orang pribadi terhadap kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo

2. Untuk menguji bukti empiris tentang perbedaan persepsi wajib pajak orang pribadi terhadap kualitas pelayanan di KPP Pratama Sukoharjo yang meliputi dimensi keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), perhatian (*empathy*), keberwujudan (*tangible*).

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan, wawasan dan dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan untuk memperbaiki setiap bagian yang dianggap penting oleh pelanggan dan sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan strategi pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelayanan.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sehingga dapat mendapatkan gambaran mengenai kualitas pelayanan kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama yang lebih baik.

E. Sistematika Penulisan

BAB I. : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang materi skripsi yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II. : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yaitu teori-teori yang diharapkan mampu mendukung permasalahan yang akan diteliti, penelitian sebelumnya, dan hipotesis.

BAB III. : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, instrument penelitian, definisi variabel, uji pra analisis, dan metode analisis data.

BAB IV. : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis yang diperoleh dengan menggunakan alat analisis yang diperlukan dan pembahasan.

BAB V. : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian.

**PERSEPSI WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN KERJA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA
SUKOHARJO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

BASKARA HANUNG KUS WHARDANA

B 200 000 302

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

