

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR PELAYANAN
PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

Mamluatul Mahmudah

NIM: 06410086



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2011

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR PELAYANAN
PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

MAMLUATUL MAHMUDAH

06410086



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2011**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR PELAYANAN
PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

MAMLUATUL MAHMUDAH

06410086

Telah Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Endah Kurniawati P. M.Psi

NIP. 19750514 200003 2 003

Malang, 18 Januari 2011

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I

NIP. 19550717 198203 1 005

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR PELAYANAN
PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

MAMLUATUL MAHMUDAH

06410086

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Pada Tanggal, 26 Januari 2011

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

- | | | |
|---|-------------------------|----------|
| 1. Dr. H. Mulyadi, M. Pd. I
NIP : 19550717 198203 1 005 | (Penguji Utama) | 1. _____ |
| 2. Andik Roni Irawan, M. Si
NIP : 19731122 799903 1 003 | (Ketua Penguji) | 2. _____ |
| 3. Endah Kurniawati P., M.Psi
NIP: 19750514 200003 2 003 | (Sekretaris/Pembimbing) | 3. _____ |

Mengetahui dan Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Mulyadi, M. Pd. I
NIP.19550717 198203 1 005

MOTTO

بِشْرَىٰ أَنْفُسِهِمْ بِالْحَيَاةِ الْحَرَامِ

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَبْلِ لَهُمُ الْجَنَّةَ
يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ
وَالْإِنْجِيلِ وَالْفُرْقَانِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بَبَيْعِكُمُ الَّذِي
بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Sesungguhnya Allah Telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu Telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang Telah kamu lakukan itu, dan Itulah kemenangan yang besar.

(Q.S At Taubah : 111)

(Departemen Agama RI. 2007. *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jawa Barat: CV. Penerbit Diponegoro)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang telah memberikan ketetapan iman, kesehatan, umur panjang, dan kesempatan sehingga ananda bisa menyelesaikan karya sederhana ini. Terimakasih pula telah memberikan ananda orang tua (bapak Mahmud dan ibu' Yun) yang begitu ikhlas membesarkan, mendoakan dalam setiap helaan nafas, materi yang diberikan sehingga ananda bisa menyelesaikan pendidikan di UIN Malang, perjalanan untuk menuntut ilmu masih panjang dan doamu tak akan pernah berhenti demi kesuksesan ananda.

Buat keluarga tercinta kakakku Agung Mahmudi, adikku Lukman Hakim terimakasih atas atmosfer kasih sayang yang kalian berikan, dukungan, motivasi yang memicu ananda ikhlas berpisah untuk menuntut ilmu dunia dan akhirat, moga ilmu ini bermanfaat. Buat keluarga besar di Ponorogo, bude, pakpoh, mbak ari, pak huri, kalian adalah orang tua keduaku dan saudara-saudara sepupu, Masudin terutama terimakasih atas inspirasi dan motivatornya dalam penyelesaian hasil karya ini.

Bu Endah terimakasih atas bimbingan skripsinya.

Kepada guru-guruku yang telah memberikan ilmunya kepadaku

Teruntuk Bapak Firman terimakasih telah memberikan kesempatan mengadakan penelitian di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.

My best friends (Dina, Lia, MasAgus, Dafi, Iir, Ndut, Vina, MasBun, mbak lia) n my special someone "Lukman Adzim" yang telah membantu baik doa maupun tenaga dan pikiran. kalian adalah segalanya...orang tuaku, saudaraku, sahabat terbaikku... ku dapat ilmu kehidupan dari kalian....dimanapun kita berada, walau jarak dan waktu memisahkan kita, kalian semua tetap di hati, kebersamaan, kekompakkan, dan kesederhanaan yang tak terbeli dan takkan terganti. Trimakasih Atas cinta, kasih sayang, spirit, keikhlasan Serta do'a suci

Untuk teman-teman psikologi angkatan '06 (cipo, kusun, ived, nita, ajeng, mbak mayang dan masih banyak lagi), terimakasih karena kalian telah menjadi teman yang baik selama saya kuliah di UIN Malang.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mamluatul Mahmudah

Nim : 06410086

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI KANTOR
PELAYANAN PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis.

Malang, 18 Januari 2011

Yang menyatakan,

Mamluatul Mahmudah

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, tiada kata yang pantas diucapkan selain kata syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulisan hasil penelitian skripsi ini terselesaikan dengan baik. Tak lupa penulis haturkan shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, sebaik-baik Nabi akhir zaman pembawa kebenaran dan kesempurnaan Iman, karena berkat Rahmat dan Kebesaran-Nya peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul **“Hubungan Antara Persepsi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.”**

Penelitian ini disusun tidak terlepas oleh sumbangsih pemikiran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti dengan segenap kerendahan hati merasa wajib untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya, kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor UIN Maliki Malang.
2. Bapak Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I, selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Ibu Endah Kurniawati P. M. Psi, selaku dosen pembimbing terimakasih atas arahan, bimbingan dan dukungan selama penulisan penelitian.
4. Bapak dan Ibu dosen serta para karyawan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, terimakasih atas ilmu yang kalian berikan selama masa study, mohon maaf jika terjadi kekhilafan.
5. Para Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan, terimakasih atas bantuan dan pemberian izin penelitian.
6. My Best Friends terimakasih untuk semuanya, terimakasih untuk segalanya, teman-teman psikologi angkatan '06, terimakasih atas motivasi dan bantuannya.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan penelitian ini.

Semoga segala amal kebaikan dan bantuan dari berbagai pihak mendapat ridho dan balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya penelitian ini. Akhirnya, semoga tulisan sederhana ini dapat memberikan manfaat serta menjadi wacana baru bagi pembaca pada umumnya dan bagi pihak yang membutuhkan. Amin.

Malang, 18 Januari 2011

Peneliti,

Mamluatul Mahmudah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRACT	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II : KAJIAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen	9
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	9
2. Strategi Kepuasan Konsumen.....	12
3. Mengukur Kepuasan Konsumen	14
4. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam	16
B. Kualitas Pelayanan	21
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	21
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
3. Analisis kesenjangan kualitas pelayanan.....	27
4. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	29
5. Komponen Kualitas Pelayanan.....	31
6. Mengelola kualitas pelayanan	32
7. Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	34
C. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	40
E. Hipotesis Penelitian	45

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel	46
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	49
D. Metode Pengumpulan Data	51
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	57
F. Analisis Data	59

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Latar Belakang Obyek Penelitian.....	63
1. Sejarah Singkat KPP Pratama Malang Selatan	63
2. Visi dan Misi DJP	64
3. Susunan Organisasi.....	65
4. Fungsi KPP Pratama Malang Selatan	66
5. Konsumen atau Wajib Pajak	68
B. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	68
1. Uji Validitas.....	68
a. Skala Kualitas Pelayanan	70
b. Skala Kepuasan Konsumen	71
2. Uji Reliabilitas.....	73
C. Paparan Hasil Penelitian.....	74
1. Hasil Deskripsi Tingkat Kualitas Pelayanan.....	74
2. Hasil Deskripsi Tingkat Kepuasan Konsumen	77
3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	80
D. Pembahasan	81
1. Tingkat Persepsi Kualitas Pelayanan	81
2. Tingkat Kepuasan Konsumen	88
3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	90

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1 Blue Print Skala Kualitas Pelayanan.....	53
3.2 Blue Print Skala Kepuasan Konsumen	54
3.3 Rumus Pengklasifikasian Kategori	60
4.1 Aitem Valid dan Gugur skala kualitas pelayanan.....	70
4.2 Aitem Valid dan Gugur Skala Kepuasan Konsumen.....	71
4.3 Reliabilitas Skala Kualitas Pelayanan.....	74
4.4 Reliabilitas Skala Kepuasan Konsumen.....	74
4.5 Rumusan Kategori Kualitas Pelayanan.....	75
4.6 Hasil Prosentase Variabel Kualitas Pelayanan.....	76
4.7 Rumusan Kategori Kepuasan Konsumen.....	78
4.8 Hasil Prosentase Variabel Kepuasan Konsumen	78
4.9 Korelasi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	80

DAFTAR GAMBAR

4.1 Gambar Bagan Organisasi KPP Pratama Malang Selatan	66
4.2 Gambar Diagram kualitas pelayanan	77
4.3 Gambar Diagram kepuasan konsumen.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

1. Undang-Undang Pelayanan Publik
2. Skala Kualitas Pelayanan
3. Skala kepuasan konsumen
4. Data Mentah
5. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas Skala Kualitas Pelayanan
6. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas Skala kepuasan konsumen
7. Hasil Korelasi Product Moment
8. SDM Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan
9. Bukti Konsultasi
10. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

ABSTRAK

Mahmudah, Mamluatul. 2011. *Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan*. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Endah kurniawati P. M. Psi

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan*

Setiap pelanggan ingin mendapatkan pelayanan yang baik selama mereka menggunakan suatu jasa di perusahaan tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut. Rasa kepuasan yang didapat oleh pelanggan merupakan gambaran apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah atau belum memenuhi harapan pelanggan itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan di Kantor pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui tingkat persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan (2) Mengetahui tingkat kepuasan konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan (3) Mengetahui Apakah ada hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Subyek penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode kuesioner berupa skala interval tampak setara untuk kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Analisa data penelitian ini menggunakan teknik Prosentase dan *korelasi Product Moment* Karl Pearson, dengan bantuan SPSS versi 16.0 *for Windows*

Berdasarkan analisa data diperoleh hasil sebagai berikut : (1) tingkat kualitas berada pada kategori sedang dengan prosentase 74%, untuk kategori tinggi dengan prosentase 14% dan untuk kategori rendah dengan prosentase 12% dengan responden 100 konsumen. (2) Tingkat kepuasan konsumen kantor pelayanan pajak pratama malang selatan berada pada kategori sedang yaitu dengan prosentase 77% untuk kategori tinggi sebanyak 11% dan kategori rendah sebanyak 12% dengan responden 100 konsumen. (3) hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terdapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,781 dengan probabilitas (sign) sebesar 0,00. Nilai ini lebih besar dari r tabel ($0,781 > 0,195$) dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen serta hubungan antara keduanya positif, yang mana jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka akan terjadi peningkatan pada kepuasan konsumen Kantor Pelayanan Pratama Malang Selatan.

ABSTRACT

Mahmudah, Mamlumatul. 2011. Correspondence Relation of Perception Service Quality with Consumer Contentedness in Internal Service Revenue Pratama Malang Selatan. Thesis. Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Guided by: Endah Kurniawati P. M. Psi

Key word: Service Quality, Consumer Contentedness, Internal Service Revenue Pratama Malang Selatan.

Dealing with getting a good service, every customer wants to get it during using a service in that factory. In giving that service attempting to the customers that they will be satisfied to the service. This satisfaction is the depiction whether the quality of service has been fulfil out the costumer expectation.

Research done in Inland Revenue Pratama Malang Selatan. This research purposes are (1) To know a level of costumer perception rely on service quality in internal service revenue Pratama Malang Selatan (2) To know a level of customer satisfaction (3) To know whether the relation between perception of service quality to customer complacency in that certain office.

Research in using quantitative approach. A free variable is a quality service while attaching variable is customer complacency 100 respondent research subject chosen with purposive sampling technique. In submitting data, researcher might use questioner method which the interval scale are balance to the quality of service and the customer satisfaction. This analysis data use percentage technique and *korelasi product moment* Karl Pearson, with of SPSS in version 16.0 for windows.

Based on the analysis data, the result were : (1) The level of quality categorized in average level with total percentage 74%, for the high category with the total percentage 14% and for the lower category with the total percentage 12% in 100 consumer of respondent.(2) in the level of consumer contentedness in internal service revenue of Malang Selatan is in the level of average category with the total percentage 77% and for the higher category the total percentage is 11% and the lower category is 12% with 100 consumers of respondent. (3) The number of correlation coefficient Correspondence relation of service quality with consumer contentedness is amount 0,781 with probability (sign) is amount 0, 00. This number is bigger than r table ($0,781 > 0,195$) ant the number of probability is smaller than 0,05 ($0,00 < 0,05$). It is figured out significant relation happen between the quality of service with the consumer satisfaction and the relation between both positive in which if the quality of service increases and the consumer satisfaction in internal service revenue will increases.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemerintah dalam menjalankan pemerintahan dan pembangunan membutuhkan dana yang tidak sedikit. Dana tersebut dikumpulkan dari segenap potensi sumber daya yang dimiliki suatu negara, baik berupa hasil kekayaan alam maupun iuran dari masyarakat. Salah satu bentuk iuran masyarakat adalah pajak. Sebagai salah satu unsur penerimaan negara, pajak memiliki peran yang sangat besar dan semakin diandalkan untuk kepentingan pembangunan dan pengeluaran pemerintahan.

Adriani, menurutnya pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Kontribusi penerimaan pajak terhadap penerimaan negara diharapkan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Salah satu penyebab peningkatan penerimaan pajak adalah karena sejak tahun fiskal 1984 pemerintah memberlakukan reformasi perpajakan dengan menerapkan system *self assessment* dalam pemungutan pajak. Berbeda dengan sistem pemungutan pajak sebelumnya, yaitu *official assessment*

system. Sistem *self assessment* memberikan kepercayaan penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetor, dan melaporkan seluruh pajak yang menjadi kewajibannya. Dengan kata lain, wajib pajak menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. (Supadmi, 2007: 3)

Sistem self assessment menuntut adanya peran serta aktif dari masyarakat dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Kesadaran dan kepatuhan yang tinggi dari wajib pajak merupakan faktor terpenting dari pelaksanaan sistem tersebut. Harahap (2004:43) menyatakan bahwa dianutnya sistem *self assessment* membawa misi dan konsekuensi perubahan sikap (kesadaran) warga masyarakat untuk membayar pajak secara sukarela (*voluntary compliance*). Kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela merupakan tulang punggung sistem *self assessment*. Wajib pajak bertanggung jawab menetapkan sendiri kewajiban perpajakan dan kemudian secara akurat dan tepat waktu membayar dan melaporkan pajak tersebut (Devano, 2006:110).

Berbagai kasus di Direktorat Jenderal Pajak (Ditjen) Kementerian Keuangan, satu persatu mencuat kepermukaan. Berawal dari Gayus Tambunan yang terlibat makelar kasus pajak, Bahasyim Assifie bahkan sampai terbongkarnya mafia pajak diberbagai daerah, seperti di Surabaya. Nilainya juga tidak tanggung-tanggung karena mencapai ratusan miliar rupiah.

Salah satu upaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan kepada wajib pajak sebagai pelanggan sehingga meningkatkan kepatuhan dalam bidang perpajakan. Paradigma baru yang menempatkan aparat pemerintah sebagai abdi negara dan masyarakat (wajib pajak) harus diutamakan agar dapat meningkatkan kinerja pelayanan publik.

Kepuasan pelanggan dapat juga diartikan sebagai kinerja yang dirasakan pelanggan setelah memperoleh pelayanan, apabila kinerja suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan, maka dapat dikatakan pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Tetapi sebaliknya apabila kinerja suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan lebih tinggi dari yang diharapkan pelanggan, maka dapat dikatakan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. (Tony Wijaya, 2005: 37).

Aparat Pajak harus senantiasa melakukan perbaikan kualitas pelayanan dengan tujuan agar dapat meningkatkan kepuasan dan kepatuhan wajib pajak. Upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara peningkatan kualitas dan kemampuan teknis pegawai dalam bidang perpajakan, perbaikan infrastruktur seperti perluasan tempat pelayanan terpadu (TPT), penggunaan sistem informasi dan teknologi untuk dapat memberikan kemudahan kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. (Supadmi, 2007:3)

Setiap pelanggan ingin mendapatkan pelayanan yang baik selama mereka menggunakan suatu jasa di perusahaan tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut. Rasa kepuasan yang didapat oleh pelanggan merupakan gambaran apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah atau belum memenuhi harapan pelanggan itu sendiri.

Kualitas pelayanan aparatur pemerintah harus terus diperbaiki, oleh sebab itu saat ini telah dikembangkan konsep dan prinsip pelayanan yang berkualitas yang disebut Pelayanan Prima (*Excellent Service*) yang diharapkan dapat dipahami dan diterapkan oleh aparatur pemerintah dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi masyarakat sebagai pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama pelayanan prima, oleh sebab itu setiap aparatur pelayanan berkewajiban untuk berupaya memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila aparatur pelayanan dapat mengidentifikasi hal-hal yang menjadi keinginan pelanggan. Kantor Pelayanan Pajak diharapkan berupaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak terutama peningkatkan kinerja pegawai dengan meningkatkan kualitas pelayanan diharapkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan (Wajib Pajak).

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan termasuk pelayanan publik. Pelayanan publik oleh birokrasi publik merupakan salah perwujudan dari fungsi aparatur negara sebagai abdi negara. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya

pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan perundang-undangan. (Mahmudi, 2005:229). Berdasarkan Undang-Undang Pelayanan Publik (secara resmi bernama Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik) adalah undang-undang yang mengatur tentang prinsip-prinsip pemerintahan yang baik yang merupakan efektifitas fungsi-fungsi pemerintahan itu sendiri. Pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintahan atau korporasi yang efektif dapat memperkuat demokrasi dan hak asasi manusia, mempromosikan kemakmuran ekonomi, kohesi sosial, mengurangi kemiskinan, meningkatkan perlindungan lingkungan, bijak dalam pemanfaatan sumber daya alam, memperdalam kepercayaan pada pemerintahan dan administrasi publik.

Negara berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang dilakukan penyelenggara pelayanan publik merupakan kegiatan yang harus dilakukan seiring dengan harapan dan tuntutan seluruh warga negara dan penduduk tentang peningkatan pelayanan publik, sebagai upaya untuk mempertegas hak dan kewajiban setiap warga negara dan penduduk serta terwujudnya tanggung jawab negara dan korporasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik, diperlukan norma hukum yang memberi pengaturan secara jelas, sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan menjamin penyediaan pelayanan publik sesuai dengan asas-asas umum pemerintahan dan korporasi yang baik serta untuk memberi perlindungan bagi setiap warga negara

dan penduduk dari penyalahgunaan wewenang di dalam penyelenggaraan pelayanan publik.

Kepuasan konsumen adalah respon terhadap kinerja yang dirasakan dengan harapan. Artinya apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, kalau kinerja diatas atau sesuai harapan maka konsumen puas. Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen konsumen di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan adalah pelayanan yang diberikan oleh instansi. Apabila pelayanan yang diberikan memenuhi harapan maka konsumen akan puas dan mereka akan cenderung menggunakan kembali jasa perusahaan tersebut. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima tidak memenuhi harapan maka kemungkinan besar tidak akan menggunakan jasa tersebut. Sebagaimana hasil dari penelitian Rahayu Mikuati (2006) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Sehingga peningkatan kualitas pelayanan yang semakin tinggi akan membuat para konsumen menggunakan jasa tersebut untuk waktu mendatang lagi. Demikian dengan pertimbangan factor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan perlu dibahas pemenuhannya.

Dalam penelitian Anggun Dinil Islami (2006) menyebutkan bahwa kelima variable independent bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang mempunyai pengaruh yang paling dominan adalah variable yang empati karena mempunyai t_{hitung} yang paling besar dibandingkan dengan nilai t_{hitung} variable yang lain. Adapun beda penelitian ini dengan penelitian-penelitian di atas adalah penelitian

diatas meneliti dimensi dari kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan peneliti di sini meneliti persepsi wajib pajaknya mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Alasan penulis mengambil penelitian ini karena banyak masalah yang muncul pada kantor pajak. (JAKARTA, KOMPAS.com) Berbagai kasus di Direktorat Jenderal Pajak (Ditjen) Kementerian Keuangan, satu persatu mencuat kepermukaan. Berawal dari Gayus Tambunan yang terlibat makelar kasus pajak, Bahasyim Assifie bahkan sampai terbongkarnya mafia pajak diberbagai daerah, seperti di Surabaya. Nilainya juga tidak tanggung-tanggung karena mencapai ratusan miliar rupiah.

Ditjen Pajak mengakui jika Gayus Tambunan banyak menangani kasus keberatan maupun banding wajib pajak badan (perusahaan) skala besar. Dimata korps pajak, Gayus cukup jago untuk memenangkan ditjen pajak dalam perkara pengadilan keberatan pajak. Seperti diketahui, kasus markus pajak Rp 25 miliar turut menyeret nama pegawai pajak Gayus Tambunan. Sebagai pegawai pajak dengan golongan IIIA, namun kekayaan Gayus cukup membuat geleng-geleng diantaranya rumah mewah di Gading Park View dan apartemen di Cempaka Mas termasuk mobil mewah. Nama Gayus muncul setelah mantan Kabareskrim Susno Duadji bersuara soal adanya makelar kasus pajak senilai Rp 25 miliar.

Berdasarkan hasil observasi Fenomena yang terdapat pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan adalah pelayanan yang diberikan oleh *customer service* kurang begitu baik. Banyak meja-meja *customer service* yang kosong

sehingga banyak wajib pajak yang mengantri, selain itu kadang penjelasan *customer service* kurang jelas sehingga membuat pelayanan pembayaran semakin lama. Dilihat dari wajah para wajib pajak atau pelanggan ada yang menampakkan wajah kesal ada juga yang menampakkan wajah biasa saja karena pelayanan yang kurang baik sudah biasa dirasakan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul: **“Hubungan Antara Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada dua masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimakah tingkat persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan
3. Apakah ada hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tingkat persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan
3. Mengetahui Apakah ada hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Bagi peneliti, merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk disinkronkan dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah.
3. Bagi Universitas, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi kepustakaan bagi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. KEPUASAN KONSUMEN

1. Definisi Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat) menurut Tjiptono dan Chandra (2004:195) sehingga kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan pelanggan berbeda dengan kualitas pelayanan, dimana kepuasan merupakan evaluasi spesifik terhadap transaksi pemberi jasa, sedangkan persepsi terhadap kualitas jasa terkait dengan penilaian umum mengenai superioritas pemberi jasa.

Kepuasan juga merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/ menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen, Setyawan dan Ihwan (2004:31). Meskipun definisi para ahli tentang kepuasan beragam, tetapi pada dasarnya tingkat kepuasan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan nilai produk atau jasa pelanggan.

Menurut Engel (1995) dalam Toni Wijaya (2005:41) kepuasan didefinisikan disini sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Ketidakpuasan tentu saja didefinisikan sebagai hasil dari harapan yang diteguhkan secara negatif. Ada tiga harapan mengenai suatu produk atau jasa yang diidentifikasi yaitu:

- 1) Kinerja yang wajar
- 2) Kinerja yang ideal
- 3) Kinerja yang diharapkan

Kinerja yang diharapkan adalah yang paling sering digunakan dalam penelitian karena logis dalam proses evaluasi alternatif yang dibahas.

Dari beberapa deflnisi yang disampaikan oleh berbagai peneliti di atas terdapat kesamaan, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Tjiptono, 1996) dalam Setyawan dan Ihwan (2004:31)

Ketidakpuasan / keluhan konsumen terhadap suatu jasa pelayanan karena tidak sesuai dengan yang diharapkan dapat berdampak negatif terhadap keberhasilan jasa pelayanan tersebut. Menurut Folks dalam Engel (1995) dalam Toni Wijaya (2005:39), stabilitas dan focus kegagalan masa mandatang. Singh et al (1995) dalam Tony Wijaya (2005:41-42) mengemukakan tiga kategori ketidakpuasan konsumen yaitu:

- 1) Respons suara
- 2) Respons pribadi
- 3) Respons pihak ketiga

Perusahaan banyak menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan konsumen salah satunya dengan memastikan kualitas produk dan jasa memenuhi harapan konsumen. Pemenuhan harapan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang terpuaskan sebagai pelanggan menurut Kotler (1996) dalam Tony Wijaya (2005:42) akan:

- 1) Melakukan pembelian ulang,
- 2) Mangatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain,
- 3) Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing,
- 4) Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama.

Setiap perusahaan atau organisasi yang menggunakan strategi kepuasan konsumen akan menyebabkan pesaingnya berusaha keras merebut atau

mempertahankan konsumen suatu perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan konsumen baik dari segi dana maupun sumber daya manusia (Schanaars, 1991 dalam Tony Wijaya, 2005:42)

Kepuasan pelanggan secara keseluruhan mempunyai tiga antiseden, yaitu kualitas yang di rasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan. Kualitas yang dirasakan secara langsung mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan. (Fornell.et. al. 1996) dalam Setyawan dan Ihwan (2001:191)

2. Strategi Demi Kepuasan Konsumen

Berbicara mengenai strategi artinya juga berada dalam kondisi persaingan dengan kompetitor. Masing-masing berusaha menarik lebih banyak pelanggan demi kelangsungan usahanya. Dalam era persaingan bebas tidak ada satupun yang aman tanpa persaingan. Mengambil kutipan/artikel dari suatu website tentang kepuasan konsumen dan juga hal ini berkaitan dengan konsepnya Fandy Tjiptono (2004:215) dalam pemasaran Jasa menyatakan bahwa:

- 1) Ada dua strategi yang menjadi dasar dalam menghadapi perilaku konsumen/pelanggan yaitu:
 - a). Strategi menyerang

Bersikap agresif dalam menjerat pelanggan, agresif dalam arti memiliki persiapan menyerang yang matang dan cukup kuat untuk menyerang. Caranya menerapkan strategi ini:

1. Melakukan promosi atau advertisement yang menerangkan bahwa perusahaan anda memiliki fasilitas pelayanan lebih baik dibanding sebelumnya. Banyak jalan untuk mempromosikan usaha, misalnya dengan iklan dimedia massa maupun spanduk, leaflet atau billboard yang dipasang dilokasi strategis.
2. Memberikan hadiah (dapat berupa service gratis atau souvenir kecil) kepada pelanggan lama yang dapat membawa beberapa pelanggan baru (jumlah pelanggan baru ditetapkan berdasarkan atas biaya untuk hadiah yang diberikan).

b). Strategi defensif atau bertahan

Strategi mempertahankan yang sudah ada, dilakukan untuk meningkatkan fasilitas pelayanan yang dimiliki. Seperti:

1. Menyediakan beberapa fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan pelanggan.
2. Memberikan souvenir kecil pada pelanggan setelah beberapa kali menggunakan layanan anda.
3. Mengirimkan kartu ucapan selamat pada hari-hari besar keagamaan bagi pelanggan setia, yang telah menjadi pelanggan cukup lama.

- 2) Membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menjadikan transaksi antara anda dan pelanggan berkelanjutan. Misalnya dengan memberikan potongan harga pada hari-hari tertentu.
- 3) Memberikan jaminan atas layanan atau produk yang anda jual.
- 4) Menciptakan hubungan personal karyawan/pemilik perusahaan dengan pelanggan (customer relationship). Keuntungan yang didapat dari hubungan personal ini, diantaranya adalah bila pelanggan mempunyai keluhan atas produk atau servis, mereka akan melaporkannya kepada karyawan/pemilik. Mereka juga bisa memberikan informasi apa yang mereka ketahui tentang pesaing. Tekankan kepada setiap karyawan untuk mengingat nama pelanggan yang datang dan mengetahui riwayatnya. Data riwayat setiap pelanggan itu penting sekali, dan anda bias menggunakan pemrograman komputer.
- 5) Mampu mengantisipasi perubahan atau penambahan harapan pelanggan dengan meningkatkan kemampuan internal karyawan untuk pelayanan, dan sebagainya. Penilaian konsumen mengenai kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhannya.

3. Mengukur Kepuasan Konsumen

Dalam bukunya *Principle of Marketing* Philip Kotler (2000:438) berpendapat bahwa pada perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan konsumen/pelanggan merupakan sasaran dan factor utama dalam sukses perusahaan. Perusahaan ini dan perusahaan yang lain menyadari bahwa pelanggan yang merasa amat puas

menghasilkan beberapa manfaat bagi perusahaan. Mereka membeli produk tambahan ketika perusahaan memperkenalkan produk yang berkaitan atau versi perbaikan. Dan pembicaraan mereka kepada rekan-rekannya menguntungkan perusahaan dan produknya. Walaupun berusaha menyerahkan kepuasan pelanggan yang relatif tinggi ketimbang pesaing, perusahaan juga yang tidak selamanya berusaha memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Sebuah perusahaan mungkin selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harga atau meningkatkan pelayanan, tetapi keadaan itu mungkin menyebabkan turunnya laba. Selain pelanggan, perusahaan mempunyai banyak kepentingan, termasuk karyawan, agen pemasok dan pemegang saham. Menambah pengeluaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen/pelanggan mungkin menggunakan dana yang dapat dipakai untuk memuaskan "Mitra" yang lain ini. Jadi tujuan dari pemasaran adalah menghasilkan nilai bagi pelanggan tetapi tetap membuahkan laba. Akhirnya perusahaan harus menyerahkan kepuasan yang dapat diterima kepada pihak berkepentingan lainnya. Ini membutuhkan keseimbangan yang amat halus pemasar harus terus menghasilkan nilai dan kepuasan bagi pelanggan lebih tinggi tetapi tetap tidak memberikan segala-segalanya.

Menurut Philip Kotler (2004) dalam Tjiptono (2000: 210), Alat untuk menelusuri / mengukur kepuasan pelanggan/konsumen berkisar dari yang primitive sampai yang canggih, dengan menggunakan metode:

1). Sistem keluhan dan saran

Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, Kartu Komentar, Saluran telepon khusus bebas pulsa, website, dll.

2). Survei kepuasan pelanggan

Wawancara langsung dengan melakukan survei, dimana akan terlihat dan mendengar sendiri bagaimana tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

3). Pembelanja siluman (*Ghost Shopping*)

Seseorang yang diberi tugas atau manager sendiri turun berperan sebagai pelanggan potensial dan melaporkan berbagai temuan penting baik terhadap karyawan sendiri maupun para pelanggan.

4). Analisis pelanggan yang hilang (*Lost Customer Analysis*).

Dengan menghubungi kembali kustomer yang beralih kepada produk pada perusahaan yang lain.

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kepuasan konsumen adalah perbandingan antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen tercapai apabila persepsi sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.

4. Kepuasan konsumen dalam pandangan islam

Berkaitan dengan kepuasan konsumen maka Al Qur'an menjelaskan bahwasanya kantor pelayanan pajak seharusnya memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap wajib pajak, agar wajib pajak terpuaskan dan mau menggunakan jasa perusahaan kembali dan dapat menguntungkan bagi Negara.

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ ۚ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا

ءَاتَاهَا ۗ سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

“Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.” (TQS. At Thalaaq: 7) (Departemen Agama RI, 1982: 946)

Islam menerangkan arti dan kualitas pelayanan yakni tidak adanya kecurangan, suka sama suka dan sesuai yang dijanjikan. Sedangkan kepuasan konsumen sendiri adalah penerimaan apa yang telah dijanjikan sebelumnya. Apabila sesuai dengan janji dan harapan maka kepuasan konsumennya tercapai. Orang yang

melakukan kecurangan dan tidak berbuat adil akan mendapat ancaman dari Allah SWT seperti dalam surat Al Muthaffin ayat 1 yang artinya:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang” (TQS. Al Muthaffin: 1)
(Departemen Agama RI, 1982: 1035)

Jadi sebenarnya dapat disimpulkan arti dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yakni tidak adanya kecurangan dalam pelayanan dan terpenuhi semua janji-janji apa yang telah mereka janjikan dan yang seharusnya. Dengan kata lain tidak menipu. Di sini Allah SWT menganjurkan untuk berusaha tetapi sesuai dengan kemampuannya. Seperti dikatakan dalam surat Al An'am ayat 135 yang artinya:

قُلْ يَنْقُومِ أَعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَامِلٌ ۗ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ ۗ مَنْ تَكُونُ لَهُ عَنقَبَةُ الدَّارِ ۗ

إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ﴿١٣٥﴾

“Katakanlah: "Hai kaumku, berbuatlah sepenuh kemampuanmu, sesungguhnya akupun berbuat (pula). Kelak kamu akan mengetahui, siapakah (di antara kita) yang akan memperoleh hasil yang baik di dunia ini. Sesungguhnya orang-orang yang

zalim itu tidak akan mendapatkan keberuntungan” (TQS. Al An’am: 135) (Departemen Agama RI, 1982: 210)

Dalam kenyataan tidak sedikit kita temui kecurangan, kebohongan dan tipu daya dalam memperjualbelikan produk ataupun jasa. Kita harus ingat sesungguhnya kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam berusaha. Kepuasan yang bagaimana? Yaitu kepuasan yang sesuai dengan pelayanan yang kita berikan.

Dimensi kepuasan konsumen dalam perspektif Islam antara lain:

1. Melakukan pembelian ulang.

Salah satu dimensi orang yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan adalah melakukan pembelian ulang, karena puas dengan pelayanan yang diberikan, sang pelanggan akan melakukan pembelian lagi di tempat yang sama karena ingin mendapatkan kepuasan lagi seperti yang telah didapat sebelumnya.

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَبْلِ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ

اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ

مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِالَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿٣١﴾

“Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar

dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar”. (TQS. At Taubah : 111) (Departemen Agama RI, 2005: 204)

2. Mangatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.

Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan mempunyai pandangan baik dengan instansi yang telah memberikan pelayanan baik tersebut dan tidak menutup kemungkinan sang pelanggan tersebut akan mengatakan hal-hal yang baik kepada orang-orang disekitarnya. Dan pelanggan tersebut tidak akan mengatakan hal-hal tidak baik atau bohong mengenai instansi yang telah memberikan kepuasan pada pelanggan tersebut. Seperti dalam TQS. An-Nur ayat 11 yaitu;

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ

مِّنْهُمْ مَا أَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١١﴾

“Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar” ((TQS. An Nur : 11) (Departemen Agama RI, 2005: 351)

3. Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing, (al Baqoroh 243)

Pelanggan yang sudah setia dengan suatu produk tertentu karena telah mendapatkan pelayanan yang baik biasanya pelanggan tersebut tidak akan memperhatikan merek produk yang lain karena bagi pelanggan tersebut produk yang ia pilih adalah produk yang terbaik. Hal tersebut dikarenakan pelanggan takut jika membeli produk lain tidak akan mendapatkan sama jaminan kualitas pelayanan yang baik seperti yang telah ia dapatkan sebelumnya hal ini sama dengan yang ada pada TQS. Al Baqarah ayat 243 sebagai berikut:

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ خَرَجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ وَهُمْ أُلُوفٌ حَذَرَ الْمَوْتِ فَقَالَ لَهُمُ اللَّهُ مُوتُوا ثُمَّ أَحْيَاهُمْ^c

إِنَّ اللَّهَ لَذُو فَضْلٍ عَلَى النَّاسِ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَشْكُرُونَ ﴿٢٤٣﴾

“Apakah kamu tidak memperhatikan orang-orang yang ke luar dari kampung halaman mereka, sedang mereka beribu-ribu (jumlahnya) karena takut mati; maka Allah berfirman kepada mereka: "Matilah kamu"^[154], kemudian Allah menghidupkan mereka. Sesungguhnya Allah mempunyai karunia terhadap manusia tetapi kebanyakan manusia tidak bersyukur”. (TQS. Al Baqarah : 243) (Departemen Agama RI, 2005: 39)

4. Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama.

Setelah mendapatkan kepuasan, para pelanggan akan timbul kepercayaan dengan produk-produk yang diberikan, bahkan para pelanggan akan mengkonsumsi produk yang lain dari perusahaan yang sama. Karena sebelum membeli barang yang baru tersebut sudah ada kepercayaan pada dirinya bahwa produk yang akan dia beli tersebut pasti baik seperti produk yang ia beli sebelumnya. Keputusan tersebut diambil karena kepercayaannya dengan produk tersebut sudah kuat karena sebelumnya ia mendapatkan pelayanan yang sangat baik dan memuaskan para pelanggan seperti dalam islam mengenai keputusan menetapkan sesuatu, di dalam islam di dalam memutuskan sesuatu hendaknya bertawakal terlebih dahulu atau dengan kata menimbang-nimbang atau difikir dulu sebelum mengambil keputusan, seperti pada TQS. Yusuf ayat 67, yaitu:

وَقَالَ يَبْنَى لَا تَدْخُلُوا مِنْ بَابٍ وَاحِدٍ وَأَدْخُلُوا مِنْ أَبْوَابٍ مُتَفَرِّقَةٍ وَمَا أُغْنِي عَنْكُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ

شَيْءٍ إِنْ الْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَعَلَيْهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُتَوَكِّلُونَ ﴿٦٧﴾

“Dan Ya'qub berkata: "Hai anak-anakku janganlah kamu (bersama-sama) masuk dari satu pintu gerbang, dan masuklah dari pintu-pintu gerbang yang berlain-lain; namun demikian aku tiada dapat melepaskan kamu barang sedikitpun dari pada (takdir) Allah. Keputusan menetapkan (sesuatu) hanyalah hak Allah; kepada-Nya-lah

aku bertawakkal dan hendaklah kepada-Nya saja orang-orang yang bertawakkal berserah diri." (TQS. Yusuf : 67) (Departemen Agama RI, 2005: 243)

B. KUALITAS PELAYANAN

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut Goetsch & Davis (1994) dalam Tjiptono (2005:110) adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas juga dapat mengurangi biaya. Crosby (1979) dalam Tjiptono (2005:116) menyatakan bahwa "*Quality Is Free*". Biaya untuk mewujudkan produk berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas. Menurut Joseph Juran (Lupiyoda, 2006: 176) dalam bukunya *Quality Control Handbook*, kualitas dapat diartikan sebagai biaya yang dapat dihindari dan yang tidak dapat dihindari. Yang termasuk biaya yang dapat dihindari misalnya adalah biaya akibat kegagalan produk, biaya yang dikeluarkan untuk jam kerja buruh akibat adanya pekerjaan ulang yang harus dilaksanakan, biaya perbaikan produk, biaya yang dikeluarkan untuk suatu proses karena adanya keluhan pelanggan. Sementara itu, yang termasuk dalam biaya yang tidak dapat dihindari misalnya biaya inspeksi operasional produk, proses pengambilan contoh (*sampling*), proses penyortiran, dengan kegiatan pengawasan lainnya (Sviokla).

Parasuraman (1995:44) menyatakan bahwa "*The quality that a customer perceives in a service is a function of the magnitude and direction of the gap between*

expected service and perceived service". Pernyataan ini menuntut penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Berkaitan dengan kualitas Kotler (2000:29) mengatakan bahwa "*Quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*".

Sementara Krajewski (1996:12) menyebutkan bahwa "*Part of success of foreign competitors has their ability to provide products and services of high quality at reasonable price*". Selanjutnya ia menyatakan bahwa "*another trend in a operation management has been an increasing emphasis on competing on the basis of quality, time and technological advantage*".

Ellys L. Pambayun (1998:3), menyebutkan bahwa salah satu strategi dan pendekatan dalam meraih kesuksesan yang profesional dan proporsional adalah dengan melakukan adilayanan yaitu pelayanan paripurna yang merupakan syarat mutlak bagi organisasi yang bergerak dalam dunia bisnis. *Exelence service* selalu menumbuhkan sikap profesionalisme dalam kerja bagi siapapun dan dimanapun yang mengaplikasikannya.

Excellence service adalah perpaduan antara seni dan pengetahuan. Konteks seni mengandung arti bahwa kemampuan seseorang dalam melakukan pelayanan pada orang lain didasarkan pada instrink, talenta dan pengalaman. Mereka secara sadar dan tidak sadar menciptakan dan mengembangkan cara-cara pelayanan sendiri

yang dianggap baik dan menyenangkan mereka dan orang lain. Konteks pengetahuan mengaju pada ide, konsep dan prinsip pelayanan. Suatu pemikiran yang dilakukan dengan kesadaran untuk dapat diformulasikan dengan kata-kata jelas, logis dan sistematis sehingga dapat diterima dengan mudah oleh orang lain. Pelayanan yang didasarkan pada pengetahuan sangat penting, mengingat pengalaman yang dimiliki seseorang belum tentu benar dan dapat diterapkan pada semua orang.

Dari beberapa teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpusat pada pelanggan, pelanggan mempunyai kebutuhan dan harapan tertentu atas kualitas pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini penulis lebih cenderung menggunakan teori Parasuraman.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Sviokla dalam (Lupiyoda, 2006: 176), selain dari segi biaya, kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*). Kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subyektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.
2. Keragaman produk (*features*). Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk

biasanya di ukur secara subyektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3. Keandalan (*reliability*). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak andal mengalami kerusakan.
4. Kesesuaian (*conformance*). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.
5. Ketahanan atau daya tahan (*durability*). Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

6. Kemampuan pelayanan (*serviceability*). Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetedimensi ini menunjukkan bahwa konsumensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya. Variabel-variabel tersebut dapat merefleksikan adanya perbedaan standar perorangan mengenai pelayanan yang diterima. Di mana kemampuan pelayanan suatu produk tersebut menghasilkan suatu kesimpulan akan kualitas produk yang dinilai secara subyektif oleh konsumen.
7. Estetika (*aesthetics*). Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subyektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa maupun bau. Dengan demikian estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang yang dirasakann oleh konsumen.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umunya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

Selanjutnya Parasuraman et. al., (1988) dalam Fandy Tjiptono (2005:133) membagi kualitas pelayanan dalam lima dimensi yaitu *tangible*, *reliable*, *responsiveness*, *assurance*, *empathi*. Berikut ini penjelasan dari masing-masing dimensi.

- a. Bukti Fisik (*Tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
- b. Reliabilitas (*Reliable*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- d. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga bberarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- e. Empati (*Empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personil kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

3. Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

Dimensi-dimensi kualitas jasa yang telah disebutkan di atas harus diramu dengan baik. Bila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Kesenjangan persepsi manajemen. Yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penilaian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dengan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
2. Kesenjangan Spesifikasi Kualitas. Yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.
3. Kesenjangan penyampaian jasa. Yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor :

- (1) ambiguitas peran, yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan; (2) konflik peran, yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak; (3) kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya; (4) kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan; (5) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan; (6) kontrol yang diterima, yaitu sejauhmana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan; (7) kerja tim, yaitu sejauhmana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
4. Kesenjangan komunikasi pemasaran. Yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena (1) tidak memadainya komunikasi horizontal, dan (2) adanya kecenderungan memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan pelanggan.
5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan. Yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

4. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan Menurut Wolkins et. al, (1993) dalam Tjiptono dan Chandra (2004:137-138) prinsip kualitas pelayanan terdiri atas:

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas.

b. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas.

c. Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

d. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun stakeholder lainnya.

f. Total Human Reward

Reward dan recognition merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Strategi karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui.

4. Komponen Kualitas Pelayanan

Hal terpenting adalah bersedia mendengarkan pelanggan, perusahaan melakukan hubungan dengan pelanggan dengan cara memenuhi harapan serta memberikan perhatian kepada pelanggan. Menurut Gronros (Lupiyoadi, 2001: 168) secara nyata dapat tercermin dalam dimensi jasa, dan dapat dibagi menjadi dua dimensi kualitas, yaitu :

1. *Technical Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan kualitas produk jasa yang diterima oleh pelanggan. Pada dasarnya *technical quality* dapat dirinci menjadi beberapa bagian, antara lain :

a. *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi oleh pelanggan sebelum membeli

- b. *Experience Quality*, yaitu kualitas yang hanya dapat dievaluasi setelah pelanggan membeli atau mengonsumsi jasa
 - c. *Credence Quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi oleh pelanggan, meskipun sudah mengonsumsi jasa.
2. *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan kualitas jasa penyampaian suatu jasa, dalam penerapan dan penggunaan teknologi informasi yang berkaitan dengan produk jasa yang diberikan. Dimana kualitas fungsi meliputi dimensi kontak pelanggan, sikap, perilaku pelanggan, hubungan internal, penampilan dan rasa melayani. Karena pada umumnya lebih memiliki ciri kualitas berdasarkan pengalaman dan kepercayaan, maka konsumen akan merasakan resiko yang lebih tinggi dalam membeli jasa. Sehingga keberadaan kualitas fungsional lebih mendominasi dan mempengaruhi pelanggan daripada *technical quality*. Hal ini terlihat pada kenyataan bahwa konsumen jasa lebih mengandalkan pada kabar dari mulut ke mulut dari pada iklan oleh perusahaan jasa, dan selain itu konsumen akan sangat loyal pada pemberian jasa yang layanannya memuaskan mereka. Oleh karena itu supaya pelayanan dapat berjalan dengan baik maka pelanggan perlu dilibatkan secara langsung dalam proses tersebut. Karena pada dasarnya kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap keuntungan usaha yang ditunjukkan melalui dua elemen yang membentuk fungsi keuntungan yaitu penerimaan dan biaya.

5. Mengelola Kualitas Pelayanan

Satu masalah penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa adalah bagaimana perusahaan tersebut dapat mengelola jasa yang sesuai dengan prinsip manajemen yang melibatkan unsur-unsur pemasaran, manusia dan operasi. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan jasa yang tinggi untuk menggapai persaingan. Apabila jasa yang diharapkan memenuhi atau melebihi harapan, maka nasabah akan menggunakan kembali penyedia jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler (dalam Tjiptono, 1997 : 79) menyatakan bahwa perusahaan yang dikelola sangat baik ternyata memiliki beberapa kesamaan, antara lain :

1. Konsep strategis, yaitu perusahaan terkenal adalah perusahaan yang selalu tergoda untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Mereka memiliki pengertian yang jelas mengenai kebutuhan konsumen sasaran dan pelanggannya yang berusaha dipuaskan. Untuk itu perusahaan jasa mengembangkan strategi khusus untuk memuaskan kebutuhan yang menghasilkan kepuasan pelanggan.
2. Sejarah komitmen kualitas puncak yang tidak hanya melihat pada prestasi keuangan bulanan saja, melainkan juga pada kinerja jasa.

3. Penetapan standar tinggi, yaitu penyedia jasa terbaik, menetapkan standar kualitas jasa yang tinggi, antara lain berupa kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan dan ketepatan dalam pelayanan
4. Sistem memantau kinerja jasa, yaitu perusahaan jasa secara berkala melakukan audit terhadap kinerja jasa, baik kinerjanya maupun kinerja dari perusahaan pesaing.
5. Sistem untuk memuaskan pesaing, yaitu perusahaan jasa akan memberikan tanggapan secara cepat dan ramah kepada pelanggan yang mengeluh
6. Memuaskan karyawan sama dengan pelanggan, yaitu manajemen menjalankan pemasaran internal, menciptakan lingkungan yang mendukung dan menghargai prestasi pelayanan karyawan yang baik. Secara teratur perusahaan memeriksa kepuasan karyawan akan pekerjaannya

Untuk dapat menyelenggarakan proses pelayanan dengan baik, ada beberapa prinsip manajemen pelayanan yang dapat dipakai sebagai acuan, antara lain :

1. Identifikasi kebutuhan konsumen yang sesungguhnya
2. Sediakan pelayanan yang terpadu
3. Buat sistem yang mendukung pelayanan konsumen
4. Usahakan agar semua orang atau karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan

5. Layanilah keluhan konsumen secara baik
6. Terus melakukan inovasi
7. Jalin komunikasi dan interaksi khusus dengan pelanggan
8. Selalu mengontrol kualitas

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu produk atau pelayanan yang dapat memuaskan, memenuhi, atau melebihi harapan pelanggan.

6. Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagiandari nilai ibadah.

Dalam pandangan islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Apabila seseorang telah memeluk islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat

dengan seluruh syariah islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah Swt, sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.

Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

1. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu respon/ kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah Swt telah berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيْمَةُ الْاَنْعَامِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي

الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ اِنَّ اللّٰهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيْدُ ﴿١﴾

”Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya” (TQS. Al-Maidah: 1) (Departemen Agama RI, 1982: 157)

Demikian juga Allah Swt telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan. Allah Swt berfirman:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

”Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain” (TQS. Al-Insyirah: 7) (Departemen Agama RI, 1982: 1072)

2. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan / muamalah. Allah Swt telah berfirman:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.” (TQS. Al- Ahzab: 21) (Departemen Agama RI, 1982: 670)

Di dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

3. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah Swt telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Asy-Syu'araa' :181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْبِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا

النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan” (TQS. Asy-Syu’araa’: 181-183) (Departemen Agama RI, 1982: 586)

4. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah Swt untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman,

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ

وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

“ Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (TQS. An-Nahl : 90) (Departemen Agama RI, 1982: 415)

5. *Tangibles (kemampuan fisik)* adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. hal ini sebagaimana yang telah Allah Swt Firmankan dalam Q.S Al-A'raf : 26:

يَبْنَیْ ءَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ تِكُمْ وَرِيشًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ

مِنْ ءَايَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”. (TQS. Al-A'raf : 26) (Departemen Agama RI, 1982: 224).

Hal yang harus diperhatikan selain cara berpakaian adalah media komunikasi, dimana seorang *customer servis* harus berbicara sopan dengan pelanggan atau para wajib pajak. Seperti pada (TQS. An Nur: 63) dimana dalam surat tersebut dilarang memanggil rosul seperti memanggil orang-orang lainnya, karena rosul memiliki

keistimewaan. *Customer servis* juga harus mengistimewakan para pelanggan dan wajib pajak dan sudah selayaknya bersikap sopan dan berkomunikasi yang baik. Berikut adalah (TQS. An Nur: 63):

لَا تَجْعَلُوا دُعَاءَ الرَّسُولِ بَيْنَكُمْ كَدُعَاءِ بَعْضِكُمْ بَعْضًا ۚ قَدْ يَعْلَمُ اللَّهُ الَّذِينَ يَتَسَلَّلُونَ

مِنْكُمْ لَوْ آذًا ۚ فَلْيَحْذَرِ الَّذِينَ يُخَالِفُونَ عَنْ أَمْرِهِ ۚ أَنْ تُصِيبَهُمْ فِتْنَةٌ أَوْ يُصِيبَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٦٣﴾

“Janganlah kamu jadikan panggilan Rasul diantara kamu seperti panggilan sebahagian kamu kepada sebahagian (yang lain). Sesungguhnya Allah telah mengetahui orang-orang yang berangsur-angsur pergi di antara kamu dengan berlindung (kepada kawannya), maka hendaklah orang-orang yang menyalahi perintah Rasul takut akan ditimpa cobaan atau ditimpa azab yang pedih”.(TQS. An Nur: 63) (Departemen Agama RI,2005: 360).

Peralatan personil juga merupakan bagian tangibel, dimana peralatan-peralatan itu dipakai untuk melayani para pelanggan dan peralatan itu wajib ada agar pelayanan yang diberikan ke pelanggan maksimal. Dalam islam peralatan juga wajib ada ketika akan melakukan perang atau jihat. Kalau suatu pelayanan di kantor pajak peralatannya berupa komputer dan lain sebagainya namun jika di dalam islam ketika jihad peralatannya berupa kuda, pedang dan sebagainya, seperti pada surat (TQS. Al ‘Aadiyaat :1-5):

وَالْعَدِيدِ ضَبْحًا ﴿١﴾ فَالْمُورِيَّتِ قَدْحًا ﴿٢﴾ فَأَلْغِيْرَتِ صُبْحًا ﴿٣﴾ فَأَثْرَنَ بِهِ نَقْعًا ﴿٤﴾ فَوَسَطْنَ
 بِهِ جَمْعًا ﴿٥﴾

”Demi kuda perang yang berlari kencang dengan terengah-engah, Dan kuda yang mencetuskan api dengan pukulan (kuku kakinya), Dan kuda yang menyerang dengan tiba-tiba di waktu pagi, Maka ia menerbangkan debu, Dan menyerbu ke tengah-tengah kumpulan musuh”. (TQS. Al ‘Aadiyaat :1-5) (Departemen Agama RI, 2005: 600).

Walaupun berbeda senjata atau alat tapi mempunyai tujuan sama yaitu sama-sama ingin memberikan orang kepuasan, perlindungan dan sebagainya.

C. HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus-menerus. Secara sederhana definisi kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Dengan demikian, yang dikatakan kualitas di sini adalah kondisi dinamis yang bisa menghasilkan: produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; jasa yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; suatu proses yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Apabila jasa dari suatu instansi tidak

memenuhi harapan pelanggan, berarti jasa pelayanan tidak berkualitas. Jika proses pelayanan tidak memenuhi harapan pelanggan, seperti berbelit-belit (tidak sederhana), berarti mutu pelayanannya kurang.

Pelayanan kepada pelanggan dikatakan bermutu apabila memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau semakin kecil kesenjangan antara pemenuhan janji dengan harapan pelanggan adalah semakin mendekati ukuran bermutu. Pengertian mutu dapat diartikan sebagai kinerja untuk standar yang diharapkan oleh pelanggan. Titik temu kebutuhan pelanggan juga diartikan sebagai mutu yang pertama dan setiap waktu. Menyediakan pelanggan dengan jasa secara konsisten adalah pelayanan bermutu. Arti mutu tidak hanya memuaskan pelanggan, tetapi menyenangkan pelanggan, memberikan inovasi kepada pelanggan, dan membuat pelanggan menjadi kreatif.

Kepuasan pelanggan pada industri jasa dipengaruhi oleh kinerja karyawannya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh (Jati Pantja, 2005. Tjiptono 2004:113) yaitu kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kemudian kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Kotler (2000) dalam Fandy Tjiptono (2005:76) menyebutkan bahwa apabila pelayanan berada dibawah standar, maka pelanggan akan kehilangan kepuasannya, sebaliknya kepuasan akan tercapai titik optimalnya apabila apa yang didapatkannya sebanding atau lebih besar dari harapannya. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap

produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi.

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur antara lain meliputi Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli; kemudian Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap; Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai; Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standart-standar yang telah ditetapkan sebelumnya; Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan; *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual; Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera; dan Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kepuasan konsumen adalah respon terhadap kinerja yang dirasakan dengan harapan. Artinya apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, kalau kinerja diatas atau sesuai harapan maka konsumen puas. Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Apabila pelayanan yang diberikan memenuhi harapan maka konsumen akan puas dan mereka akan cenderung menggunakan kembali jasa perusahaan tersebut. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima tidak memenuhi harapan maka kemungkinan besar tidak akan menggunakan jasa tersebut.

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya (Zeithaml, et al., 1993) dalam Fandy Tjiptono (1997:27). Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi. Selain standar prediksi ada juga yang menggunakan harapan sebagai standar ideal. (Fandy Tjiptono, 1997:28)

Setelah melihat paparan di atas maka dapat disimpulkan Kualitas pelayanan merupakan sikap dan merupakan evaluasi jangka panjang, sedangkan kepuasan konsumen merupakan bentuk ukuran transaksi yang lebih spesifik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan

perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan akan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Diskonfirmasi merupakan hasil dari interaksi antara pengharapan atas produk dan penampilan atas produk. Ketika konsumen menerima kualitas pelayanan (sebagai penampilan produk jasa) tertentu maka pengharapan atas kualitas pelayanan akan menyebabkan diskonfirmasi atau konfirmasi. Konfirmasi terjadi saat pengharapan konsumen atas pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima. Diskonfirmasi positif akan terjadi bila pelayanan yang ada melebihi dari pengharapan konsumen dan sebaliknya diskonfirmasi negatif terjadi apabila kualitas pelayanan yang diterima kurang dari pengharapan konsumen. Diskonfirmasi positif akan menyebabkan konsumen merasa puas dan sebaliknya diskonfirmasi negatif akan menyebabkan konsumen merasa tidak puas.

D. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Masalah tersebut bisa berupa pertanyaan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan (komparasi), atau variabel mandiri (deskripsi).

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini akan diajukan hipotesis yaitu:

Hipotesis: Ada hubungan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Variabel adalah suatu sifat yang dapat memiliki bermacam-macam nilai, seringkali diartikan sebagai simbol yang padanya dapat di letakkan bilangan atau nilai (Hadi 1994; 2000). Variabel dibagi menjadi dua, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas.

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Terikat (Y) : adalah kepuasan konsumen
2. Variabel Bebas (X) : adalah persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan dalam mengukur suatu variabel (Kerlinger 2000;51).

Penjelasan dalam pengertian operasional dan variabel-variabel penelitian dan menyamakan persepsi serta untuk menghindari kesalah pahaman dalam menafsirkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dibawah ini dijelaskan definisi dari variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variable Bebas (X) : persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan

Persepsi Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Kualitas pelayanan merupakan sikap dan merupakan evaluasi jangka panjang, sedangkan kepuasan konsumen merupakan bentuk ukuran transaksi yang lebih spesifik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kepuasan pelayanan menurut Parasuraman memiliki beberapa indikator yaitu:

- a. Berwujud (*Tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan esistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan bperalatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*assurance*), yaitu kepatuhan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada

perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

d. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2. Variable Terikat (Y) : kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Kepuasan dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan konsumen menurut Kotler memiliki beberapa aspek antara lain yaitu:

- a. Melakukan pembelian ulang;
- b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain;
- c. Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing;
- d. Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan sabyek penelitian (Arikunto, 2002: 108)

sedangkan subyek penelitian menunjuk pada individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan (kasus) yang diteliti (Faisal, 2005:109), Susilo (dalam kamus, 2002:96) menyebutkan bahwa populasi adalah semua anggota kelompok orang, kejadian atau obyek yang jelas, dirumuskan secara jelas. Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian (Kuncoro, 2002:43). Besaran populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. Jumlah seluruh wajib atau konsumen yang membayar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan adalah 70.952 wajib pajak.

Sampel adalah sebagian individu yang menjadi obyek penelitian, untuk mewakili populasi yang ada. Sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili sifat atau karakter yang sama, sehingga mewakili populasinya. Jadi yang dimaksud dengan sampel adalah kelompok kecil atau bagian dari populasi yang telah ditetapkan untuk mewakili populasinya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan kelompok subyek berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Azwar, 2004:46)

Dalam teknik ini peneliti menghubungi subyek yang memenuhi persyaratan ciri-ciri populasi antara lain:

- a. Sedang, atau pernah membayar pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan, karena hanya pelanggan yang pernah membayar pajak di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan lah yang dapat merasakan pelayanan yang telah diberikan oleh kantor pelayanan pajak pratama malang selatan
- b. Berusia sekitar 17 tahun hingga 60 tahun, penentuan batasan usia ini berdasarkan pertimbangan bahwa pada usia tersebut seseorang telah mampu mengambil keputusan dan mengungkapkan apa yang ia rasakan secara obyektif.
- c. Tingkat pendidikan minimal SLTP, hal ini dilakukan dengan pertimbangan konsumen yang membayar di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan berasal dari berbagai kalangan latar belakang pendidikan. Pendidikan akhir tingkat SLTP sudah mampu mengerti dan memahami pertanyaan yang diajukan dalam angket.

Besarannya sampel merupakan banyaknya individu, subyek atau elemen dengan populasi yang diambil sebagai sampel (Soehardi Sigit, 1999 : 69). Besarnya sampel ditetapkan sebanyak 100 responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat Frankel dan Wallen (dalam Soehardi Sigit, 1999 : 70) yang menyatakan besarnya sampel minimum untuk penelitian Survey adalah sebanyak seratus responden.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti

dalam mengumpulkan data penelitiannya atau yang disebut juga dengan instrumet. Menurut Arikunto (2002 :126) instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Arikunto (2002: 133) observasi yang disebut juga pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan nmenggunakan seluruh alat indera. Sedangkan dalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuisisioner dan rekaman gambar. Observasi ini digunakan untuk mendapatkan data berupa bagaimana keadaan pelayanan disana.

Observasi ini dilakukan apabila belum banyak keterangan yang dimiliki tentang masalah yang diselidiki, observasi ini dilakukan untuk menjajagi, dan dari hasil observasi dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang permasalahan yang ada, khususnya aktivitas obyek yang diteliti untuk mengetahui fenomena yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi ini peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumentasi, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. (Arikunto, 2002; 135)

Pengambilan data melalui dokumentasi ini dilakukan dengan melihat dokumen-dokumen yang ada di instansi. Data-data yang diperoleh dari metode ini dapat digunakan untuk penentuan populasi dan sampel penelitian, dan juga untuk mengklasifikasi jumlah wajib pajak yang membayar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

3. Angket

Menurut Arikunto (2002:128) angket merupakan sebuah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Sedangkan instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi.

Skala sikap adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus diisi oleh individu. Dalam hal ini skala yang digunakan adalah penskalaan interval tampak setara. Menurut Syaifudin Azwar (1999:109) Tujuan metode interval tampak setara adalah meletakkan objek pada suatu kontinum yang terbagi atas beberapa interval. Angka-angka pada kontinum memiliki letak yang semakin ke kanan berarti semakin tinggi kualitas suatu obyek menurut dimensi yang diperhatikan. Semakin kiri berarti semakin kecil atau semakin rendahnya kualitas dimensi atau sifat yang dimiliki oleh objek. Tentu saja jarak kualitatif antara masing-masing angka yang membentuk deretan kontinum ini tidak diketahui sehingga mestinya deretan-deretan angka tersebut berada pada tingkatan ordinal, namun dengan menempatkan jarak

kuantitatif yang sama diantara angka yang satu dengan yang lain maka diasumsikan bahwa subyek yang memberi penilaian terhadap kualitas obyek akan mempersiapkan kesamaan jarak tersebut secara kualitatif pula. Apabila asumsi ini berlaku, maka kita dapat menganggap bahwa deretan angka-angka tersebut berada pada jarak-jarak interval yang tampak setara.

Dalam penelitian ini terdapat dua skala psikologi yang digunakan yaitu skala kualitas pelayanan. Penyusunan skala psikologi ini berdasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1995) dalam Fandy Tjiptono (2005:133). Kelima dimensi tersebut adalah *Tangible*, *Reliable*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

Tabel 3.1

Blue Print Skala Kualitas Pelayanan

Indikator	Deskriptor	Item	Jumlah
Bukti Fisik	Tampilan yang merupakan penampakan fasilitas fisik dari fasilitas, peralatan dan personil.	1,2,3,4,5,6,7	7
Reliabilitas	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan	8,9,10,11	4

	dengan handal dan akurat		
Daya tanggap	berhasrat membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat	12,13,14,15,16,17	6
Jaminan	pelayanan yang meyakinkan berupa penguasaannya terhadap ilmu pengetahuan yang berkait dengan bidangnya serta ramah	18,19,20,21,22,23	6
Empati	peduli, mampu mendengarkan dan berkomunikasi dengan baik, serta mamahami kondisi pengguna jasa.	24,25,26,27,28,29,30	7
Total			30

Tabel 3.2

Blue Print Skala Kepuasan Konsumen

Indikator	Deskriptor	Item	Jumlah
1) Melakukan pembelian ulang,	<p>1. Konsumen dengan senang hati melakukan pembayaran di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan lagi</p> <p>2. Konsumen selalu ingin datang lagi ke Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan</p> <p>3. Konsumen merasa tidak rugi membayar di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan</p>	1,2,3	3
2) Mangatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain,	<p>1. Konsumen berpendapat pelayanan kantor pelayanan pajak pratama malang selatan selalu baik</p> <p>2. Jika konsumen ditanya bagaimana pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan, konsumen mengatakan kalau pelayanan di Kantor Palayanan Pajak Pratama Malang Selatan selalu bagus.</p> <p>3. konsumen tidak pernah berkata yang jelek</p>	4,5,6	3

	tentang Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan kepada orang lain		
3) Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing,	<p>1. Konsumentidak mau membayar ditempat lain seperti bank dan kantor pajak atau tempat-tempat lain yang menyediakan layanan pembayaran pajak selain di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan</p> <p>2. Konsumen tidak mau mencoba membayar ditempat selain kantor pelayanan pajak pratama malang selatan</p> <p>3. Konsumen kurang memperhatikan atau kurang memperhatikan tempat-tempat pelayanan pajak selain di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan</p>	7,8,9	3
4) Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama.	1. Selain membayar pajak bumi bangunan, konsumen juga ingin membayar pajak yang lain seperti pajak pertambahan nilai, pajak mendirikan bangunan dan lain-lain di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan	1	1

Total	10
-------	----

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2008:5).

Pengujian validitas atau keshahihan butir dalam penelitian ini nantinya menggunakan analisis statistik berupa korelasi product moment dari person. Adapun rumus untuk mengukur kevalidan adalah

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Ket : r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

N = Jumlah subyek penelitian

ΣX = Jumlah x (skor item)

ΣX^2 = Jumlah x kuadrat

ΣY = Jumlah y (skor faktor)

ΣY^2 = Jumlah y kuadra

ΣXY = Perkalian x dan y

Kemudian koefisien korelasi tersebut dikorelasikan lagi dengan tehnik part whole (bagian keseluruhan) karena koefisien korelasi yang diperoleh dari perhitungan di atas belum menunjukkan validitas yang sebenarnya dan dianggap masih kurang sempurna. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{pq} = \frac{r_{tp}(SD_t - SD_p)}{\sqrt{(SD_t^2 + SD_p^2 - 2 \cdot r_{tp} \cdot SD_t \cdot SD_p)}}$$

Ket : r_{pq} = Koefisien kesahihan “part whole”

$r_{\tau\tau}$ = Koefisien kesahihan “product moment”

SD_t = Koefisien deviasi total

SD_f = Koefisien deviasi item

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata yang mempunyai asal kata rely dan ability yang mana arti reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2008:4). Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (Azwar, 2002:176) hasil ukur dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama. Adapun uji reliabilitas yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Alpha Chronbach.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Ket: r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_i^2 = Varians total

Pencarian reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS 16.00 for window menggunakan rumus alpha. Penggunaan rumus alpha ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus alpha ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket (Arikunto,1999, 192). Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendahnya reliabilitas. (Azwar, 2007; 83).

F. Analisa Data

Metode yang di guankan untuk analisa data adalah metode statistik. Menurut Guilford, dalam Hadi (1985:21) menyimpulkan bahwa “ statistik memberi dasar-dasar untuk menarik kesimpulan melaui proses yang mengikuti tata cara yang dapat diterima oleh ilmu pengetahuan”. Data-data yang diperoleh dari penelitian ini

kemudian diolah dan dianalisa untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesa penelitian yang telah dicanangkan.

Azwar (1999:109) menjelaskan Upaya penjabaran tingkat masing-masing variabel pada populasi maka peneliti melakukan pengkategorian dalam tingkatan berdasarkan rumus. Sebelum dikategorikan maka dicari terlebih dahulu harga mean dan Standar Deviasi variabel masing-masing, yaitu :

a. Mencari Mean (rata-rata) dari nilai keseluruhan. Man adalah jumlah semua angka dibagi oleh banyaknya angka yang dijumpai. Rumusnya:

b. Mencari variabilitas dengan deviasi rata-rata, varian dan deviasi standar.

1) Deviasi rata-rata adalah rata-rata penyimpangan angka dari mean, deviasi rata-rata adalah sebagai berikut:

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

2) Varians adalah jumlah kuadrat deviasi angka dibagi N-1, sebagai berikut:

$$\frac{\sum f|x - M|}{N}$$

3) Kemudian dimasukkan kedalam rumus varian yang diakarkan sebagai standar deviasi dengan rumus sebagai berikut:

Rumus :

$$SD = \sqrt{\frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N - 1}}$$

Keterangan:

M : Mean

F : Frekwensi

X : Nilai masing-masing responden

N : Jumlah responden

- 4). Prosedur selanjutnya adalah pengkategorisasi tiap variabel dan dimasukkan ke dalam kategori yang tersedia, rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 3.3

Rumus Kategori Tingkatan dengan Menggunakan Harga Mean dan Standar

Deviasi

No	Kategori	Kriteria
1	Tinggi	$X > (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
2	Sedang	$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
3	Rendah	$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$

- 5). Kemudian Analisis Prosentase Rumus prosentase digunakan untuk menghitung jumlah prosentase subjek yang termasuk dalam kategori tinggi, sedang, dan rendah baik itu kategori *locus of control* dan aktualisasi diri, ialah sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Prosentase

F : Frekuensi

N : Jumlah subjek

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran bentuk hubungan dari variabel X terhadap Y dan sebagai peramalan (prediktif) ada tidaknya hubunga antara variabel X terhadapY. Tekhnik analisa data yang digunakan adalah tekhnik Regression. Suatu variabel dapat diramalkan dari variabel apabila antara variabel yang diramalkan (disebut kriterium) dan variabel yang digunakan untuk meramalkan (disebut predictor) terdapat korelasi yang signifikan.

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan, maka teknik yang digunakan adalah melalui analisis korelasi *produck moment pearson*. Adapun rumus korelasi *Product Moment* menurut Azwar (2009:100) yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor tiap-tiap item

$\sum Y$ = Jumlah skor total item

$\sum XY$ = Jumlah hasil antara skor tiap item dengan skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

Guna mewujudkan visi dan misi Direktorat Jenderal Pajak, secara berkesinambungan diupayakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak. Sebagai bagian dari upaya tersebut adalah dideklarasikannya pembentukan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan pada 4 Desember 2007 bersamaan dengan pembentukan Kantor Pelayanan Pajak Pratama di seluruh wilayah Kanwil DJP Jatim III.

Pembentukan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 55/PMK.01/2007 tanggal 31 Mei 2007 tentang perubahan atas peraturan menteri keuangan No. 132/PMK.01/2006 tentang organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Direktorat Jenderal Pajak. Sejak saat itu Kantor Pelayanan Pajak Malang (sebagai KPP induk) dipecah menjadi:

- a). wilayah kota Malang menjadi KPP Pratama Malang Selatan (Wilayah kerja: Kec. Klojen, Kec. Sukun, Kec. Kedung Kandang) dan KPP Pratama Malang Utara (Wilayah kerja: Kec. Lowokwaru dan Blimbing)
- b). Wilayah Kabupaten Malang bagian selatan adalah KPP Pratama Kepanjen dan untuk wilayah kabupaten Malang bagian utara dibentuk kpp pratama singosari.

Kantor pelayanan pajak pratama Malang Selatan merupakan bentuk kantor yang menerapkan sistem administrasi modern. Diharapkan dengan penerapan ini, tujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi wajib pajak dapat terpenuhi.

2. Visi, Misi dan Nilai Direktorat Jendral Pajak

a). Visi Direktorat Jenderal pajak

"Menjadi institusi pemerintah yang menyelenggarakan sistem administrasi perpajakan modern yang efektif, efisien, dan dipercaya masyarakat dengan integritas dan profesionalisme yang tinggi.

b). Misi Direktorat Jenderal pajak

"Menghimpun penerimaan pajak negara berdasarkan Undang-Undang perpajakan yang mampu mewujudkan kemandirian pembiayaan Anggaran Pendapatan dan belanja Negara melalui sistem administrasi perpajakan yang efektif dan efisien."

c). Nilai Direktorat Jenderal pajak

1). Integritas

"Menjalankan tugas dan pekerjaan dengan selalu memegang teguh kode etik dan prinsip-prinsip moral, yang diterjemahkan dengan bertindak jujur, konsisten, dan menepati janji."

2). Profesionalisme

"Memiliki kompetensi di bidang profesi dan menjalankan tugas dan pekerjaan sesuai dengan kompetensi, kewenangan, serta norma-norma profesi, etika dan sosial."

3). Inovasi

"Memiliki pemikiran yang bersifat terobosan dan/atau alternatif pemecahan masalah yang kreatif, dengan memperhatikan aturan dan norma yang berlaku."

4). Teamwork

“Memiliki kemampuan untuk bekerja sama dengan orang/pihak lain, serta membangun network untuk menunjang tugas dan pekerjaan.”

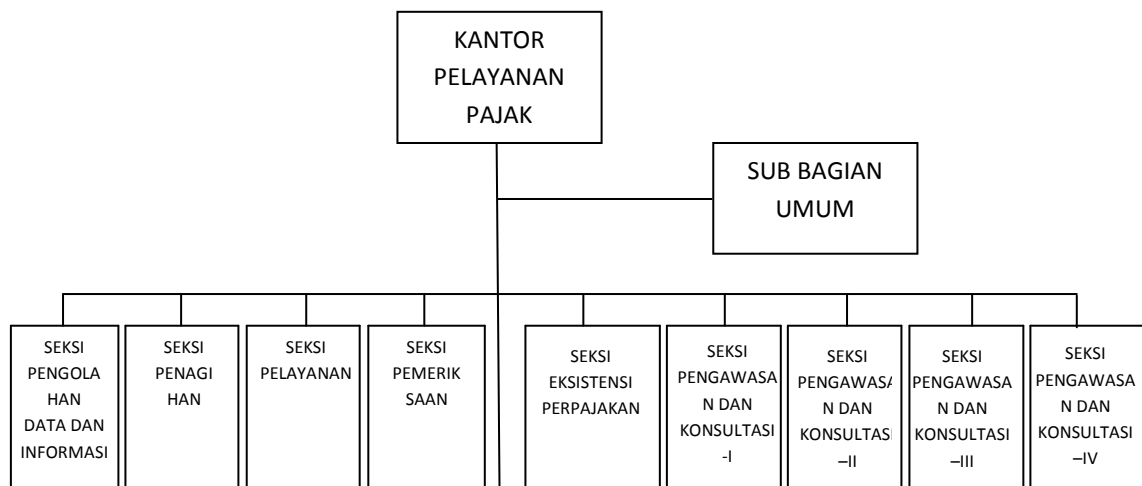
3. Susunan organisasi KPP Pratama

Susunan organisasi KPP Pratama terdiri dari:

- a. Subbagian Umum;
- b. Seksi Pengolahan Data dan Informasi;
- c. Seksi Pelayanan;
- d. Seksi Penagihan;
- e. Seksi Pemeriksaan;
- f. Seksi Ekstensifikasi Perpajakan;
- g. Seksi Perrgawasan dan Konsultasi I;
- h. Seksi Pengawasan dan Konsultasi II;
- i. Seksi Pengawasan dan Konsultasi III;
- j. Seksi Pengawasan dan Konsultasi IV;
- k. Kelompok Jabatan Fungsional.

Gambar 4.1

Bagan Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan



4. Fungsi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

KPP pratama mempunyai tugas melaksanakan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan

Wajib Pajak di bidang Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, dan pajak Tidak Langsung Lainnya, Pajak Bumi dan Bangunan serta Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan dalam wilayah wewenangannya berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam melaksanakan tugasnya KPP Pratama menyelenggarakan fungsi:

- a. pengumpulan, pencarian, dan pengolahan data, pengamatan potensi perpajakan, penyajian informasi perpajakan, penyajian informasi perpajakan, pendataan objek dan subjek pajak serta penilaian objek Pajak Bumi dan Bangunan
- b. penetapan dan penerbitan produk hukum perpajakan;
- c. pengadministrasian dokumen dan berkas perpajakan, penerimaan dan pengolahan Surat Pemberitahuan serta penerimaan surat lainnya;
- d. penyuluhan perpajakan;
- e. pelaksanaan registrasi Wajib Pajak;

- f. pelaksanaan ekstensifikasi;
- g. penatausahaan piutang pajak dan pelaksanaan penagihan pajak;
- h. pelaksanaan pemeriksaan pajak
- i. pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak;
- j. pelaksanaan konsultasi perpajakan
- k. pelaksanaan intensifikasi:
- l. pembetulan ketetapan pajak
- m. pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan serta Bea Perolehan Hak Bangunan:
- n. pelaksanaan administrasi kantor.

5. Wajib Pajak atau Konsumen

Wajib pajak yang terdaftar di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan sampai dengan juli 2010 total berjumlah 72.355 WP, dapat dikelompokann sebagai berikut:

- a. Konsumen atau Wajib Pajak Berdharawa sejumlah 992 konsumen atau wajib pajak
- b. Konsumen atau Wajib pajak Badan sejumlah 4.696 konsumen atau wajib pajak

- c. Konsumen atau Wajib pajak Orang Pribadi sejumlah 66.667 konsumen atau wajib pajak

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Analisa item untuk mengetahui indeks daya beda skala digunakan teknik *product moment* dari *Karl Pearson*, rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Nilai aitem

$\sum Y$ = Nilai total angket

Perhitungan indeks daya beda aitem dengan menggunakan rumus di atas menggunakan bantuan program komputer SPSS 16.0 for Windows. Korelasi aitem total terkoreksi untuk masing-masing aitem ditunjukkan oleh kolom *Corrected Item-*

Total Correlation. Dalam studi tentang pengukuran, ini disebut daya beda, yaitu kemampuan aitem dalam membedakan orang-orang dengan trait tinggi dan rendah. Dalam menentukan harga daya beda peneliti melakukan penghitungan menggunakan rumus $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$, untuk r_{hitung} adalah setiap butir pada tabel output yang ditunjukkan oleh kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sedangkan untuk harga $r_{\text{tabel}} = \frac{t}{\sqrt{t^2 + df}} = 0,195$ Aitem-aitem yang memiliki daya beda kurang dari 0,195 dianggap kurang memuaskan dan memiliki daya diskriminasi rendah, untuk itu aitem-aitem ini perlu dihilangkan dalam analisis selanjutnya.

Dalam Uji coba angket penelitian Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada penelitian ini menggunakan angket uji terpakai. Hal ini berarti bahwa hasil uji coba langsung digunakan untuk menguji hipotesa penelitian. Penggunaan uji coba terpakai ini, didasarkan pada pertimbangan bahwa dengan menggunakan cara uji coba ini peneliti tidak perlu membuang-buang waktu, tenaga dan biaya untuk keperluan uji coba semata (Hadi, 1993:87). Meskipun demikian, peneliti tetap menguji validitas dan reliabilitas skala yang digunakan dalam penelitian guna analisis selanjutnya.

Lebih rincinya uji validitas skala Pelayanan dan Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut :

1. Skala Kualitas pelayanan

Hasil perhitungan dari uji validitas skala kualitas pelayanan didapatkan hasil bahwa tidak ada aitem yang gugur, sehingga banyaknya butir item yang valid

sebesar 30 item. Dengan membandingkan hasil r_{hitung} dengan r_{tabel} dari masing-masing item kualitas pelayanan, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1

Aitem Valid dan Gugur Skala Kualitas Pelayanan

Indikator	Deskriptor	Item	Jumlah	Nomer Item Gugur	Jumlah
Bukti Fisik	Tampilan yang merupakan penampakan fasilitas fisik dari fasilitas, peralatan dan personil.	1,2,3, 4,5,6, 7	7	0	0
Reliabilitas	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat	8,9,10 ,11	4	0	0
Daya tanggap	berhasrat membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat	12,13, 14,15, 16,17	6	0	0
Jaminan	pelayanan yang meyakinkan berupa penguasaannya terhadap	18,19, 20,21,	6	0	0

	ilmu pengetahuan yang berkait dengan bidangnya serta ramah	22,23			
Empati	peduli, mampu mendengarkan dan berkomunikasi dengan baik, serta mamahami kondisi pengguna jasa.	24,25, 26,27, 28,29, 30	7	0	0
Total			30	0	0

Berdasarkan korelasi aitem-total terkoreksi, dapat diketahui bahwa skala kualitas pelayanan terdiri dari 30 butir aitem. Dalam mengambil data penelitian, peneliti tidak membuang membuang aitem satu pun karena tidak satupun aitem yang gugur. Sehingga Peneliti menganggap aitem-aitem tersebut dirasa sudah mewakili masing-masing indikator yang diukur.

2. Skala kepuasan konsumen

Hasil perhitungan dari uji validitas skala kepuasan konsumen didapatkan hasil bahwa tidak ada aitem yang gugur, sehingga banyaknya butir item yang valid sebesar 10 item. Adapun item-item yang dipakai dalam penelitian ini dengan membandingkan hasil r_{hitung} dengan r_{tabel} dari masing-masing aitem aktualisasi diri, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel: 4.2

Item Valid dan Gugur Skala Kepuasan Konsumen

Indikator	Deskriptor	Item	Jumlah	Nomer Item Gugur	Jumlah
Melakukan pembelian ulang	<p>1. Konsumen dengan senang hati melakukan pembayaran di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan lagi</p> <p>2. Konsumen selalu ingin datang lagi ke Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan</p> <p>3. Konsumen merasa tidak rugi membayar di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan</p>	1,2,3	3	0	0
Mangatakan hal-hal yang	1. Konsumen berpendapat pelayanan kantor pelayanan	4,5,6	3	0	0

<p>baik tentang perusahaan kepada orang lain,</p>	<p>pajak pratama malang selatan selalu baik</p> <p>2. Jika konsumen ditanya bagaimana pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan, konsumen mengatakan kalau pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan selalu bagus.</p> <p>3. konsumen tidak pernah berkata yang jelek tentang Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan kepada orang lain</p>				
<p>Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing,</p>	<p>1. Konsumen tidak mau membayar ditempat lain seperti bank dan kantor pajak atau tempat-tempat lain yang menyediakan layanan pembayaran pajak selain di</p>	7,8,9	3	0	0

	<p>kantor pelayanan pajak pratama malang selatan</p> <p>2. Konsumen tidak mau mencoba membayar ditempat selain kantor pelayanan pajak pratama malang selatan</p> <p>3. Konsumen kurang memperhatikan atau kurang memperhatikan tempat-tempat pelayanan pajak selain di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan</p>				
Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama.	1. Selain membayar pajak bumi bangunan, konsumen juga ingin membayar pajak yang lain seperti pajak pertambahan nilai, pajak mendirikan bangunan dan lain-lain di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan	1	1	0	0
Total			10	0	0

Dari hasil uji validitas skala aktualisasi diri diatas, diketahui tidak ada aitem yang gugur, yang berarti item yang valid berjumlah 30 aitem. Dalam mengambil data penelitian, seperti halnya pemakaian instrumen kualitas pelayanan, tidak ada aitem yang gugur sehingga peneliti menggunakan semua aitem tersebut, karena peneliti menganggap item-item tersebut dirasa sudah mewakili masing-masing indikator yang diukur.

b. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas alat ukur adalah dengan menggunakan teknik pengukuran *Alpha Chornbach* karena skor yang didapat dari skala psikologi berupa skor interval, bukan berupa 1 dan 0 (Arikunto, 2006). Adapun rumusannya sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$ = Varians total

Dalam menghitung reliabilitas kedua skala peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS (*statistical product and service solution*) 16.0 *for windows*.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan bantuan SPSS 16.0 *for windows*, maka ditemukan nilai alpha sebagai berikut:

Tabel: 4.3

Reliabilitas Skala kualitas pelayanan

Skala	Alpha	Item	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,957	30	Reliabel

Dari data diatas menunjukkan bahwa skala Kualitas pelayanan mempunyai reliabilitas yang tinggi. Sedangkan untuk reliabilitas skala aktualisasi diri adalah sebagai berikut:

Tabel: 4.4

Reliabilitas Skala Kepuasan Konsumen

Skala	Alpha	Item	Keterangan
Kepuasan konsumen	0,874	29	Reliabel

Dari data diatas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mempunyai reliabilitas yang tinggi.

B. Paparan Hasil Penelitian

1. Hasil Deskripsi Tingkat Persepsi Konsumen tentang Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui deskripsi Persepsi Konsumen tentang Kualitas Pelayanan, maka perhitungannya didasarkan pada skor hipotetik. Dari hasil skor hipotetik, kemudian dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu kategori tinggi, sedang dan rendah. Hasil selengkapnya dari perhitungan dapat dilihat pada uraian berikut:

- a. Menghitung nilai mean (μ) dan deviasi standart (σ) pada skala Kualitas Pelayanan yang diterima, yaitu 30 item.
- b. Menghitung mean, dengan rumus:

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

$\sum fx$ = jumlah skor total

N = banyaknya responden

$$= \frac{15466}{100}$$

$$= 154.66$$

c. Menghitung deviasi standart, dengan rumus:

$$SD = \frac{\sqrt{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}}{n-1}$$

$$= 28.4$$

d. Kategorisasi:

Tabel: 4.5

Rumusan Kategori Kualitas Pelayanan

Rumusan	Kategori	Skor Skala
$X > (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	Tinggi	$X > 179.46$
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	Sedang	$129.86 \leq X \leq 179.46$
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	Rendah	$X < 129.86$

e. Analisis Prosentase:

Tabel 4.6

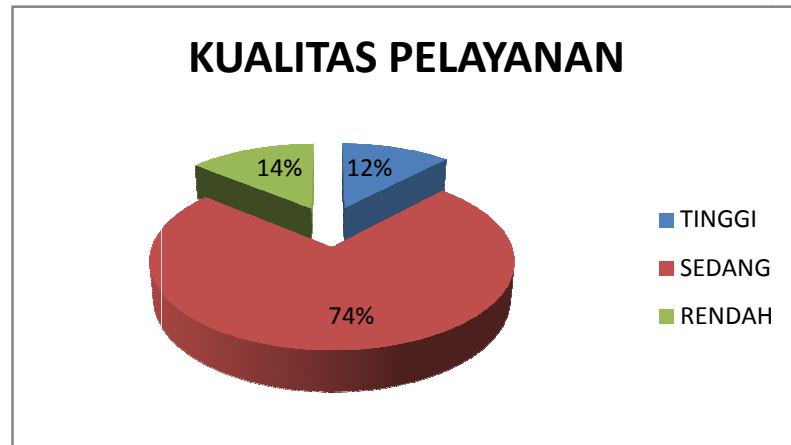
Hasil Prosentase Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Kategori	Kriteria	Frekuensi	Prosentase %
Kualitas Pelayanan	Tinggi	$X > 179.46$	12	12%
	Sedang	$129.86 \leq X \leq 179.46$	74	74%
	Rendah	$X < 129.86$	14	14%
Jumlah			100	100 %

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa persepsi konsumen tentang tingkat *Kualitas Pelayanan Kantor Pajak Pratama Malang Selatan* memiliki tingkat sedang dengan prosentase 74% sebanyak (74 responden) dan yang berada pada kategori tinggi dengan prosentase 12% sebanyak 12 responden dan rendah adalah 14 % (14 siswa).

Adapun untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai hasil di atas, dapat dilihat dalam diagram gambar 4.2:

Gambar 4.2
Diagram Kualitas Pelayanan



2. Hasil Deskripsi Tingkat Kepuasan Konsumen Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Malang Selatan

Untuk mengetahui deskripsi Kepuasan Konsumen, maka perhitungannya didasarkan pada skor hipotetik. Dari hasil skor hipotetik, kemudian dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu kategori tinggi, sedang dan rendah. Hasil selengkapnya dari perhitungan dapat dilihat pada uraian berikut:

- a. Menghitung nilai mean (μ) dan deviasi standart (σ) pada skala Aktualisasi Diri yang diterima, yaitu 10 item.
- b. Menghitung mean hipotetik (μ), dengan rumus:

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

$\sum fx$ = jumlah skor total

N = banyaknya responden

$$= \frac{4963}{100}$$

$$= 49.63$$

c. Menghitung deviasi standart hipotetik (σ), dengan rumus:

$$SD = \frac{\sqrt{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}}{n-1}$$

$$= 8.571$$

d. Kategorisasi:

Tabel: 4.7

Rumusan Kategori Kepuasan Konsumen

Rumusan	Kategori	Skor Skala
$X > (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	Tinggi	$X > 58.201$
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	Sedang	$41.059 \leq X \leq 58.201$
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	Rendah	$X < 41.059$

e. Analisis Prosentase:

Tabel 4.8

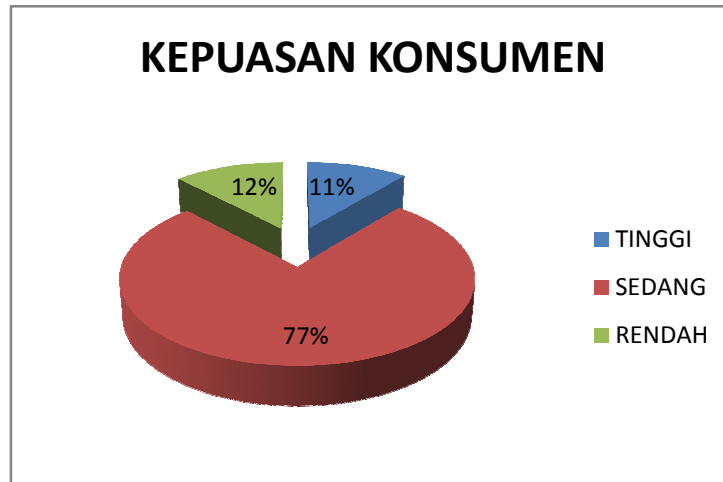
Hasil Prosentase Variabel kepuasan konsumen

Variabel	Kategori	Kriteria	Frekuensi	Prosentase %
Aktualisasi Diri	Tinggi	$X > 58.201$	11	11 %
	Sedang	$41.059 \leq X \leq 58.201$	77	77%
	Rendah	$X < 41.059$	12	12%
Jumlah			100	100 %

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen kantor pelayanan pajak pratama Malang selatan sedang dengan prosentase 77% dan yang berada pada kategori tinggi 11% dan rendah 12 %.

Adapun untuk mendapat gambaran yang lebih jelas mengenai hasil di atas, dapat dilihat dalam diagram gambar 4.2:

Gambar 4.3
Diagram Kepuasan Konsumen



3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus-menerus. Secara sederhana definisi kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.

Tabel 4.9

Korelasi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen terdapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,781 dengan probabilitas (sign) sebesar 0,000. Nilai ini lebih besar dari r tabel ($0,781 > 0,195$) dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan (variabel X) dengan kepuasan konsumen (variabel Y) serta hubungan antara keduanya positif. Artinya jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka akan terjadi kecenderungan peningkatan kepuasan konsumen pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan dan data diatas menunjukkan tingkat korelasinya cukup tinggi.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Tingkat Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

Berdasarkan hasil analisa pada tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa tingkat kualitas pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan memiliki tingkat yang sedang dengan prosentase 74% dan yang berada pada kategori tinggi 12% dan rendah adalah 14 %.

Persepsi Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Kualitas pelayanan merupakan sikap dan merupakan evaluasi jangka panjang, sedangkan kepuasan konsumen merupakan bentuk ukuran transaksi yang lebih spesifik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.

Melihat prosentase di atas bisa dilihat bahwa persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan Kantor Pajak Pratama Malang Selatan adalah sedang dengan kata lain kantor pajak pratama malang selatan belum memberikan pelayanan yang maksimal.

Hal ini menggambarkan bahwa persepsi konsumen mengenai penampilan fisik, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat, berhasrat membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat,

palayanan yang meyakinkan berupa penguasaannya terhadap ilmu pengetahuan yang berkait dengan bidangnya serta ramah, dan mampu mendengarkan dan berkomunikasi dengan baik, serta mamahami kondisi pengguna kantor pelayanan pajak pratama malang selatan adalah tingkat sedang. Setelah mengetahui bagaimana keadaan kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan sedang maka perlu mengetahui apa faktor-faktor penyebabnya dan bagaimana strategi penyempurnaan kualitas pelayanan.

Setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya atau kurang optimalnya kualitas pelayanan, diantaranya (Tjiptono et. al., 2005 : 175):

1). Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:

- a). tidak terampil dalam melayani pelanggan
- b). cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks
- c). tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan
- d). bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan
- e). karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”

2). Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian pelayanan dapat menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhinya antara lain: upah rendah,

pelatihan yang kurang memadai atau bahkan kurang sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan selalu tinggi, dan lain-lain.

3). Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan front-line merupakan ujung tombak sistem penyampaian jasa. Agar mereka dapat memberikan jasa secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dan fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM). Dukungan tersebut bisa berupa peralatan (perkakas, material, pakaian seragam), pelatihan ketrampilan, maupun informasi (misalnya prosedur operasi).

4). Gap komunikasi

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan. Bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas jasa. Gap-gap komunikasi bisa berupa:

- a). penyedia jasa bisa memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuinya.
- b). penyedia jasa tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur/aturan, perubahan susunan barang di rak pajangan pasar swalayan, dan lain-lain.
- c). peran komunikasi penyedia jasa tidak dipahami pelanggan
- d). penyedia jasa tidak memperhatikan atau tidak segera menanggapi keluhan dan atau saran pelanggan.

5). Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Dalam hal interaksi dengan penyedia jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima jasa yang seragam (*standardized services*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut jasa yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

6). Perluasan dan pengembangan jasa secara berlebihan

Bila terlampaui banyak jasa baru dan tambahan terhadap jasa yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas pelayanan. Selain itu pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran jasa, baik dari segi fitur, keunggulan, maupun tingkat kualitasnya.

7). Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

Meningkatkan kualitas jasa tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas jasa berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Diantara berbagai faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama adalah mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa, mengelola ekspektasi pelanggan, mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa, mendidik konsumen tentang jasa, menumbuhkembangkan kualitas jasa, dan mengembangkan sistem informasi

kualitas jasa (Tjiptono et. al., 2005 : 177) :

1). Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah melakukan riset mendalam dalam rangka memahami determinan terpenting sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi jangka spesifik. Langkah berikutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pelanggan sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

2). Mengelola ekspektasi pelanggan

3). Mengelola bukti kualitas pelayanan

Bukti-bukti kualitas jasa berupa fasilitas fisik jasa (seperti gedung, kendaraan, dan sebagainya), penampialn karyawan penyedia pelayanan, perlengkapan dan peralatan yang digunakan untuk memberikan pelayanan, laporan keuangan, dan logo perusahaan.

4). Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami sebuah jasa merupakan upaya positif untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian jasa secara efektif dan efisien. Pelanggan yang lebih “terdidik” akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik. Oleh karenanya, kepuasan mereka dapat tercipta lebih tinggi.

5). Menumbuhkembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas (*quality culture*) merupakan sistem nilai organisasi yang

menbghasilkan lingkungan yang kondusif bagi proses penciptaan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Agar budaya kualitas bisa ditumbuhkembangkan dalam sebuah organisasi, diperlukan komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi, mulai dari yang tertinggi hingga yang terendah dalam struktur organisasi.

6). Menciptakan *automating quality*

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki organisasi. Akan tetapi sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, penyedia jasa wajib mengkaji secara mendalam aspek-aspek yangt membutuhkan sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (*high tech*).

7). Menindaklanjuti pelayanan

Menindaklanjuti pelayanan diperlukan dalam rangka penyempurnaan atau memperbaiki aspek-aspek jasa yang kurang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik.

8). Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan

Sistem informasi kualitas jasa merupakan sistem yang mengintergrasikan berbagai macam ancangan riset secara sistematisdalam rangka mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas pelayanan guna mendukung pengambilan keputusan. Secara umum sistem informasi kualitas pelayanan dapat memberikan sejumlah manfaat, diantaranya:

a). memungkinkan pihak manajemen untuk memasukkan ‘suara pelanggan’ dalam

pengambilan keputusan.

- b). dapat mengidentifikasi dan memahami prioritas jasa pelanggan
- c). memperlancar proses identifikasi prioritas penyempurnaan jasa dan menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan alokasi sumber daya
- d). memungkinkan dipantaunya kinerja jasa perusahaan dan pesaing setiap waktu
- e). memberikan gambaran mengenai dampak inisiatif dan investasi kualitas pelayanan
- f). memberikan *performance-based* untuk keperluan penilaian, yaitu memberikan imbalan kepada jasa yang unggul dan melakukan koreksi atas jasa yang buruk.

2. Tingkat Kepuasan Konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

Berdasarkan hasil analisa pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa Tingkat Kepuasan Konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan adalah sedang dengan prosentase 77 % (77konsumen) dan yang berada pada kategori tinggi 11% (11 konsumen) dan rendah adalah 12 % dan sebanyak 12 siswa.

Hasil tersebut menyebutkan bahwa mayoritas konsumen kantor pelayanan pajak pratama malang selatan memiliki tingkat kepuasan yang sedang terhadap kantor pelayanan pajak pratama malang selatan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/ menikmati sesuatu. Hal ini berarti tingkat perasaan konsumen

yang diperoleh setelah mendapatkan pelayanan dari kantor pelayanan pajak pratama malang selatan tingkat kepuasannya adalah sedang. Perusahaan banyak menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan konsumen salah satunya dengan memastikan kualitas produk dan jasa memenuhi harapan konsumen.

Pemenuhan harapan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan keinginan para konsumen untuk Melakukan pembelian ulang, Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing, Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama adalah sedang yaitu tidak tinggi dan tidak rendah. Dengan demikian berarti kantor pajak perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar para konsumen kantor pelayanan pajak pratama malang selatan mendapatkan kepuasan yang optimal.

Kepuasan pelanggan secara keseluruhan mempunyai tiga antiseden, yaitu kualitas yang di rasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan. Kualitas yang dirasakan secara langsung mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan. (Fornell.et. al. 1996) dalam Setyawan dan Ihwan (2001:191).

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (kotler. 1997) dalam (Lupiyoda, 2006: 194). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk

kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada pelanggan.

Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrem bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara. Hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan. Perusahaan harus memiliki cara untuk meminimalkan jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pembelian terjadi.

3. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan

Pada dasarnya pelayanan kepada pelanggan dikatakan bermutu apabila memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau semakin kecil kesenjangan antara pemenuhan janji dengan harapan pelanggan adalah semakin mendekati ukuran bermutu. Pengertian mutu dapat diartikan sebagai kinerja untuk standar yang diharapkan oleh pelanggan. Titik temu kebutuhan pelanggan juga diartikan sebagai mutu yang pertama dan setiap waktu. Menyediakan pelanggan dengan jasa secara konsisten adalah pelayanan bermutu. Arti mutu tidak hanya memuaskan pelanggan, tetapi menyenangkan pelanggan, memberikan inovasi kepada pelanggan, dan membuat pelanggan menjadi kreatif.

Kepuasan pelanggan pada industri jasa dipengaruhi oleh kinerja karyawannya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh (Jati Pantja, 2005. Tjiptono 2004:113) yaitu kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kemudian kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan kantor pelayanan pajak pratama malang selatan, berhubungan signifikan yang positif dengan kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan penampilan fisik, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat, berhasrat membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan yang meyakinkan berupa penguasaannya terhadap ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidangnya serta ramah, dan mampu mendengarkan dan berkomunikasi dengan baik, serta memahami kondisi pengguna kantor pajak memiliki tingkat yang sedang. Jadi keinginan konsumen untuk Melakukan pembelian ulang, mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing, membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama juga berada pada tingkat sedang. Sehingga jika kualitas pelayanan yang diberikan kantor pelayanan pajak pratama meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Kepuasan konsumen adalah respon terhadap kinerja yang dirasakan dengan harapan. Artinya apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, kalau kinerja diatas atau sesuai harapan maka konsumen puas.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat pearsaaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (kotler, 1997) (Lupiyoda, 2006: 192). Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hasil tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengfurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992) (Lupiyoda, 2006: 192).

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithamal dan Bitner, 1996) dalam (Lupiyoda, 2006: 192). Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditungkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut (Kotler, 1997):dalam (Lupiyoda, 2006: 192):

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak menejemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penbelitian dengan metode fokus pada

konsumen yang mendengarkan kuesioner pada beberapa periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga penelitian dengan metode pengamatan bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.

2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya dengan metode *brainstorming* dan *management by walking around* untuk mempertahankan komitmen pelanggan internal (karyawan).
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem saran dan kritik, misalnya dengan hotline bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangannya (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra posisi perusahaan di pasar.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan mengenai penelitian Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan kantor pelayanan pajak pratama malang selatan berada pada kategori sedang dengan prosentase 74%, untuk kategori tinggi sebanyak 12% dan kategori rendah sebanyak 14% dengan responden 100 konsumen.
2. Tingkat kepuasan konsumen kantor pelayanan pajak pratama malang selatan berada pada kategori sedang yaitu dengan prosentase 77% untuk kategori tinggi sebanyak 11% dan kategori rendah sebanyak 12% dengan responden 100 konsumen.
3. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen terdapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,781 dengan probabilitas (sign) sebesar 0,000. Nilai ini lebih besar dari r tabel ($0,781 > 0,195$) dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan

yang signifikan antara kualitas pelayanan (variabel X) dengan kepuasan konsumen (variabel Y) serta hubungan antara keduanya positif. Artinya jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka akan terjadi kecenderungan peningkatan kepuasan konsumen Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

Berdasarkan hasil penelitian ini di mana semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen, oleh karena itu, guna mencapai kepuasan konsumen yang optimal, hendaknya Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan memberikan pelayanan yang optimal. Kepada para *customer service* hendaknya meningkatkan pelayanannya, seperti cara berpenampilan para *customer service* dirasa kurang menarik. Sebaiknya seorang *customer service* menggunakan baju yang seragam dan enak dipandang. Selain itu tempat parkir kantor pelayanan pajak sebaiknya diperluas karena banyak konsumen yang membawa mobil merasa kesulitan ketika hendak parkir di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan dan juga meningkatkan ketelitian serta keramahannya terhadap para konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berkenaan dengan kepentingan ilmiah, diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan yang lebih luas secara teoritis maupun praktis, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan permasalahan yang sama, diharapkan untuk mengkaji masalah ini dengan jangkauan yang lebih luas dengan menambah variabel lain yang belum terungkap dalam penelitian ini, seperti meghubungkan variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan atau variabel-variabel lain yang lebih menarik. Di dalam melaksanakan penelitian tentunya ada kendala yang ditemui di lapangan, diantaranya dalam proses pencarian data, karena hal ini berhubungan dengan pihak lain, selain itu diharapkan dapat lebih memperhatikan efektifitas dan validitas alat ukur yang dipakai supaya dapat mengungkap lebih dalam variabel yang akan diteliti karena akan mempengaruhi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andersor, EW. *The Satisfaction Profit Chain*, Mahligan. USA: The University of Mahligan
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT.Asdi Mahasatya.
----- . 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publising
- Arsyad, L. 1999. *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta: BPF E
- Azwar, Saifuddin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
----- . 2009. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Daniels, JD. & Radebaugh, LH. 2001. *International Business*, New Jersey. USA: Prentice Hall Inc
- Engel, James F. Ronger D. Blakwell, & Paul W. Miniard. 1995. *Consumer Behaviour, International Edition*. Fort Wort: Dreyden Press.
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Method Research*. Yogyakarta. Andi
- Keegan, JW. 1995. *Global Marketing Management*, New Jersey. USA: Prentice Hall Inc

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing management*, New Jersey. USA: Prentice Hall Inc
- . 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Pren Halindo
- Lovelock, Christopher H. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks
- Lupiyoda, Rambat. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Minor, Michael. & John C. Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Parasuraman zeithml, V.A, A.A Berry, L.L. 1995. *Delivering Service Quality: balancing customer perception and expectation*. New York: The Free Press
- Rangkuti, Fredy. 2006. *Measuring customer satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Setyawan, Anton A. & Susila, Ihwan. 2004. *Pengaruh Service Quality Perception Terhadap Purcuse Intention*, Usahawan NO. 07 TH XXXI11 JULI 2004
- Subhash, CJ. 1997. *Marketing Planning and Strategi*. Ohio. USA: International Thompson Publishing
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi pemasaran*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset
- . 2001. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- . 2004. *Marketing scale*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy & Gregorious, Chanra. 2004. *Service, Quality, and Satisfaction*.

Yogyakarta: Andi Offset

Wijaya, Tony. 2005. *Pengaruh Service Quality Perseption dan Satisfaction*

terhadap Purchase Intention : Modus Vol. 17 (1). 2005

Yazid, 1999. *Pemasara Jasa Konsep Dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonesia

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 25 TAHUN 2009

TENTANG PELAYANAN PUBLIK

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.
2. Penyelenggara pelayanan publik yang selanjutnya disebut Penyelenggara adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik.
3. Atasan satuan kerja Penyelenggara adalah pimpinan satuan kerja yang membawahi secara langsung satu atau lebih satuan kerja yang melaksanakan pelayanan publik.
4. Organisasi penyelenggara pelayanan publik yang selanjutnya disebut Organisasi Penyelenggara adalah satuan kerja penyelenggara pelayanan publik yang berada di lingkungan institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik.
5. Pelaksana pelayanan publik yang selanjutnya disebut Pelaksana adalah pejabat, pegawai, petugas, dan setiap orang yang bekerja di dalam Organisasi Penyelenggara yang bertugas melaksanakan tindakan atau serangkaian tindakan pelayanan publik.
6. Masyarakat adalah seluruh pihak, baik warga negara maupun penduduk sebagai orang-perseorangan, kelompok, maupun badan hukum yang berkedudukan sebagai penerima manfaat pelayanan publik, baik secara langsung maupun tidak langsung.
7. Standar pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji Penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.

8. Maklumat pelayanan adalah pernyataan tertulis yang berisi keseluruhan rincian kewajiban dan janji yang terdapat dalam standar pelayanan.
9. Sistem informasi pelayanan publik yang selanjutnya disebut Sistem Informasi adalah rangkaian kegiatan yang meliputi penyimpanan dan pengelolaan informasi serta mekanisme penyampaian informasi dari Penyelenggara kepada masyarakat dan sebaliknya dalam bentuk lisan, tulisan Latin, tulisan dalam huruf Braile, bahasa gambar, dan/atau bahasa lokal, serta disajikan secara manual ataupun elektronik.
10. Mediasi adalah penyelesaian sengketa pelayanan publik antarpada pihak melalui bantuan, baik oleh ombudsman sendiri maupun melalui mediator yang dibentuk oleh ombudsman.
11. Ajudikasi adalah proses penyelesaian sengketa pelayanan publik antarpada pihak yang diputus oleh ombudsman.
12. Menteri adalah menteri yang bertanggung jawab di bidang pendayagunaan aparatur negara.
13. Ombudsman adalah lembaga negara yang mempunyai kewenangan mengawasi penyelenggaraan pelayanan publik, baik yang diselenggarakan oleh penyelenggara negara dan pemerintahan termasuk yang diselenggarakan oleh badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, dan badan hukum milik negara serta badan swasta, maupun perseorangan yang diberi tugas menyelenggarakan pelayanan publik tertentu yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah.

BAB II

MAKSUD, TUJUAN, ASAS, DAN RUANG LINGKUP

Bagian Kesatu

Maksud dan Tujuan

Pasal 2

Undang-Undang tentang Pelayanan Publik dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum dalam hubungan antara masyarakat dan penyelenggara dalam pelayanan publik.

Pasal 3

Tujuan Undang-Undang tentang Pelayanan Publik adalah:

- a. terwujudnya batasan dan hubungan yang jelas tentang hak, tanggung jawab, kewajiban, dan kewenangan seluruh pihak yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik;

- b. terwujudnya sistem penyelenggaraan pelayanan publik yang layak sesuai dengan asas-asas umum pemerintahan dan korporasi yang baik;
- c. terpenuhinya penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan; dan terwujudnya perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik.

Bagian Kedua

Asas

Pasal 4

Penyelenggaraan pelayanan publik berasaskan:

- a. kepentingan umum;
- b. kepastian hukum;
- c. kesamaan hak;
- d. keseimbangan hak dan kewajiban;
- e. keprofesionalan;
- f. partisipatif;
- g. persamaan perlakuan/tidak diskriminatif;
- h. keterbukaan;
- i. akuntabilitas;
- j. fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan;
- k. ketepatan waktu; dan
- l. kecepatan, kemudahan, dan keterjangkauan.

Bagian Ketiga

Ruang Lingkup

Pasal 5

(1) Ruang lingkup pelayanan publik meliputi pelayanan barang publik dan jasa publik serta pelayanan administratif yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

(2) Ruang lingkup sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, perhubungan, sumber daya alam, pariwisata, dan sektor lain yang terkait.

(3) Pelayanan barang publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

- a. pengadaan dan penyaluran barang publik yang dilakukan oleh instansi pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah;

- b. pengadaan dan penyaluran barang publik yang dilakukan oleh suatu badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
- c. pengadaan dan penyaluran barang publik yang pembiayaannya tidak bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah atau badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan, tetapi ketersediaannya menjadi misi negara yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

(4) Pelayanan atas jasa publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

- a. penyediaan jasa publik oleh instansi pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah;
- b. penyediaan jasa publik oleh suatu badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
- c. penyediaan jasa publik yang pembiayaannya tidak bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah atau badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan, tetapi ketersediaannya menjadi misi negara yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

(5) Pelayanan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi skala kegiatan yang didasarkan pada ukuran besaran biaya tertentu yang digunakan dan jaringan yang dimiliki dalam kegiatan pelayanan publik untuk dikategorikan sebagai penyelenggara pelayanan publik.

(6) Ruang lingkup sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

(7) Pelayanan administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

- a. tindakan administratif pemerintah yang diwajibkan oleh negara dan diatur dalam peraturan perundang-undangan dalam rangka mewujudkan perlindungan pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda.
- b. tindakan administratif oleh instansi nonpemerintah yang diwajibkan oleh negara dan diatur dalam peraturan perundang-undangan serta diterapkan berdasarkan perjanjian dengan penerima pelayanan.

BAB III

PEMBINA, ORGANISASI PENYELENGGARA, DAN PENATAAN PELAYANAN PUBLIK

Bagian Kesatu
Pembina dan Penanggung Jawab Pelayanan Publik

Pasal 6

- (1) Guna menjamin kelancaran penyelenggaraan pelayanan publik diperlukan pembina dan penanggung jawab.
- (2) Pembina sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
 - a. pimpinan lembaga negara, pimpinan kementerian, pimpinan lembaga pemerintah nonkementerian, pimpinan lembaga komisi negara atau yang sejenis, dan pimpinan lembaga lainnya;
 - b. gubernur pada tingkat provinsi;
 - c. bupati pada tingkat kabupaten; dan
 - d. walikota pada tingkat kota.
- (3) Pembina sebagaimana dimaksud pada ayat (2) mempunyai tugas melakukan pembinaan, pengawasan, dan evaluasi terhadap pelaksanaan tugas dari penanggung jawab.
- (4) Pembina sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a, kecuali pimpinan lembaga negara dan pimpinan lembaga komisi negara atau yang sejenis yang dibentuk berdasarkan undang-undang, wajib melaporkan hasil perkembangan kinerja pelayanan publik kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.
- (5) Pembina sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b wajib melaporkan hasil perkembangan kinerja pelayanan publik masing-masing kepada dewan perwakilan rakyat daerah provinsi dan menteri.
- (6) Pembina sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c dan huruf d wajib melaporkan hasil perkembangan kinerja pelayanan publik masing-masing kepada dewan perwakilan rakyat daerah kabupaten/kota dan gubernur.

Pasal 7

- (1) Penanggung jawab adalah pimpinan kesekretariatan lembaga sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (2) atau pejabat yang ditunjuk pembina.
- (2) Penanggung jawab mempunyai tugas:
 - a. mengoordinasikan kelancaran penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan standar pelayanan pada setiap satuan kerja;
 - b. melakukan evaluasi penyelenggaraan pelayanan publik; dan
 - c. melaporkan kepada pembina pelaksanaan penyelenggaraan pelayanan publik di seluruh satuan kerja unit pelayanan publik.

(3) Menteri yang bertanggung jawab di bidang pendayagunaan aparatur negara bertugas:

- a. merumuskan kebijakan nasional tentang pelayanan publik;
- b. memfasilitasi lembaga terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi antarpelenggara yang tidak dapat diselesaikan dengan mekanisme yang ada; dan
- c. melakukan pemantauan dan evaluasi kinerja penyelenggaraan pelayanan publik.

(4) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (3) wajib:

- a. mengumumkan kebijakan nasional tentang pelayanan publik, hasil pemantauan dan evaluasi kinerja, serta hasil koordinasi;
- b. membuat peringkat kinerja penyelenggara secara berkala; dan
- c. memberikan penghargaan kepada penyelenggara sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Organisasi Penyelenggara

Pasal 8

(1) Organisasi Penyelenggara berkewajiban menyelenggarakan pelayanan publik sesuai dengan tujuan pembentukan.

(2) Penyelenggaraan pelayanan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1), sekurang-kurangnya meliputi:

- a. pelaksanaan pelayanan;
- b. pengelolaan pengaduan masyarakat;
- c. pengelolaan informasi;
- d. pengawasan internal;
- e. penyuluhan kepada masyarakat; dan
- f. pelayanan konsultasi.

(3) Penyelenggara dan seluruh bagian Organisasi Penyelenggara bertanggung jawab atas ketidakmampuan, pelanggaran, dan kegagalan penyelenggaraan pelayanan.

Pasal 9

(1) Dalam rangka mempermudah penyelenggaraan berbagai bentuk pelayanan publik, dapat dilakukan penyelenggaraan sistem pelayanan terpadu.

(2) Pengaturan mengenai sistem pelayanan terpadu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

Bagian Ketiga

Evaluasi dan Pengelolaan Pelaksana Pelayanan Publik

Pasal 10

- (1) Penyelenggara berkewajiban melaksanakan evaluasi terhadap kinerja Pelaksana di lingkungan organisasi secara berkala dan berkelanjutan.
- (2) Berdasarkan hasil evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Penyelenggara berkewajiban melakukan upaya peningkatan kapasitas Pelaksana.
- (3) Evaluasi terhadap kinerja pelaksana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan indikator yang jelas dan terukur dengan memperhatikan perbaikan prosedur dan/atau penyempurnaan organisasi sesuai dengan asas pelayanan publik dan peraturan perundang-undangan.

Pasal 11

- (1) Penyelenggara berkewajiban melakukan penyeleksian dan promosi Pelaksana secara transparan, tidak diskriminatif, dan adil sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (2) Penyelenggara wajib memberikan penghargaan kepada Pelaksana yang memiliki prestasi kerja.
- (3) Penyelenggara wajib memberikan hukuman kepada Pelaksana yang melakukan pelanggaran ketentuan internal penyelenggara.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai mekanisme pemberian penghargaan dan hukuman ditentukan oleh Penyelenggara.

Bagian Keempat

Hubungan Antarpenyelenggara

Pasal 12

- (1) Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan, dapat dilakukan kerja sama antarpenyelenggara.
- (2) Kerja sama antarpenyelenggara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi kegiatan yang berkaitan dengan teknis operasional pelayanan dan/atau pendukung pelayanan.

(3) Dalam hal Penyelenggara yang memiliki lingkup kewenangan dan tugas pelayanan publik tidak dapat dilakukan sendiri karena keterbatasan sumber daya dan/atau dalam keadaan darurat, Penyelenggara dapat meminta bantuan kepada Penyelenggara lain yang mempunyai kapasitas memadai.

(4) Dalam keadaan darurat, permintaan penyelenggara lain wajib dipenuhi oleh penyelenggara pemberi bantuan sesuai dengan tugas dan fungsi organisasi penyelenggara yang bersangkutan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Bagian Kelima

Kerja Sama Penyelenggara dengan Pihak Lain

Pasal 13

(1) Penyelenggara dapat melakukan kerja sama dalam bentuk penyerahan sebagian tugas penyelenggaraan pelayanan publik kepada pihak lain dengan ketentuan:

a. perjanjian kerja sama penyelenggaraan pelayanan publik dituangkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan dalam pelaksanaannya didasarkan pada standar pelayanan;

b. penyelenggara berkewajiban menginformasikan perjanjian kerja sama kepada masyarakat;

c. tanggung jawab pelaksanaan kerja sama berada pada penerima kerja sama, sedangkan tanggung jawab penyelenggaraan secara menyeluruh berada pada penyelenggara;

d. informasi tentang identitas pihak lain dan identitas Penyelenggara sebagai penanggung jawab kegiatan harus dicantumkan oleh Penyelenggara pada tempat yang jelas dan mudah diketahui masyarakat; dan

e. Penyelenggara dan pihak lain wajib mencantumkan alamat tempat mengadu dan sarana untuk menampung keluhan masyarakat yang mudah diakses, antara lain telepon, pesan layanan singkat (*short message service* (sms)), laman (*website*), pos-el (*e-mail*), dan kotak pengaduan.

(2) Pihak lain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib berbadan hukum Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

(3) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menambah beban bagi masyarakat.

(4) Selain kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), penyelenggara dapat melakukan kerja sama tertentu dengan pihak lain untuk menyelenggarakan pelayanan publik.

(5) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tidak boleh lebih dari 14 (empat belas) hari dan tidak boleh dilakukan pengulangan.

BAB IV

HAK, KEWAJIBAN, DAN LARANGAN

Bagian Kesatu

Hak dan Kewajiban bagi Penyelenggara

Pasal 14

Penyelenggara memiliki hak:

- a. memberikan pelayanan tanpa dihambat pihak lain yang bukan tugasnya;
- b. melakukan kerja sama;
- c. mempunyai anggaran pembiayaan penyelenggaraan pelayanan publik;
- d. melakukan pembelaan terhadap pengaduan dan tuntutan yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam penyelenggaraan pelayanan publik; dan
- e. menolak permintaan pelayanan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Pasal 15

Penyelenggara berkewajiban:

- a. menyusun dan menetapkan standar pelayanan;
- b. menyusun, menetapkan, dan memublikasikan maklumat pelayanan;
- c. menempatkan pelaksana yang kompeten;
- d. menyediakan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik yang mendukung terciptanya iklim pelayanan yang memadai;
- e. memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas penyelenggaraan pelayanan publik;
- f. melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan;
- g. berpartisipasi aktif dan mematuhi peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik;
- h. memberikan pertanggungjawaban terhadap pelayanan yang diselenggarakan;
 - i. membantu masyarakat dalam memahami hak dan tanggung jawabnya;
- i. bertanggung jawab dalam pengelolaan organisasi penyelenggara pelayanan publik;
- j. memberikan pertanggungjawaban sesuai dengan hukum yang berlaku apabila mengundurkan diri atau melepaskan tanggung jawab atas posisi atau jabatan; dan
- k. memenuhi panggilan atau mewakili organisasi untuk hadir atau melaksanakan perintah suatu tindakan hukum atas permintaan pejabat

yang berwenang dari lembaga negara atau instansi pemerintah yang berhak, berwenang, dan sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Kewajiban dan Larangan bagi Pelaksana

Pasal 16

Pelaksana berkewajiban:

- a. melakukan kegiatan pelayanan sesuai dengan penugasan yang diberikan oleh Penyelenggara;
- b. memberikan pertanggungjawaban atas pelaksanaan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- c. memenuhi panggilan untuk hadir atau melaksanakan perintah suatu tindakan hukum atas permintaan pejabat yang berwenang dari lembaga negara atau instansi pemerintah yang berhak, berwenang, dan sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- d. memberikan pertanggungjawaban apabila mengundurkan diri atau melepaskan tanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan; dan
- e. melakukan evaluasi dan membuat laporan keuangan dan kinerja kepada Penyelenggara secara berkala.

Pasal 17

Pelaksana dilarang:

- a. merangkap sebagai komisaris atau pengurus organisasi usaha bagi pelaksana yang berasal dari lingkungan instansi pemerintah, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah;
- b. meninggalkan tugas dan kewajiban, kecuali mempunyai alasan yang jelas, rasional, dan sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- c. menambah Pelaksana tanpa persetujuan Penyelenggara;
- d. membuat perjanjian kerja sama dengan pihak lain tanpa persetujuan Penyelenggara; dan
- e. melanggar asas penyelenggaraan pelayanan publik.

Bagian Ketiga

Hak dan Kewajiban bagi Masyarakat

Pasal 18

Masyarakat berhak:

- a. mengetahui kebenaran isi standar pelayanan;
- b. mengawasi pelaksanaan standar pelayanan;
- c. mendapat tanggapan terhadap pengaduan yang diajukan;

- d. mendapat advokasi, perlindungan, dan/atau pemenuhan pelayanan;
- e. memberitahukan kepada pimpinan penyelenggara untuk memperbaiki pelayanan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan;
- f. memberitahukan kepada Pelaksana untuk memperbaiki pelayanan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan;
- g. mengadukan Pelaksana yang melakukan penyimpangan standar pelayanan dan/atau tidak memperbaiki pelayanan kepada Penyelenggara dan ombudsman;
- h. mengadukan Penyelenggara yang melakukan penyimpangan standar pelayanan dan/atau tidak memperbaiki pelayanan kepada pembina Penyelenggara dan ombudsman; dan
- i. mendapat pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas dan tujuan pelayanan.

Pasal 19

Masyarakat berkewajiban:

- a. mematuhi dan memenuhi ketentuan sebagaimana dipersyaratkan dalam standar pelayanan;
- b. ikut menjaga terpeliharanya sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik; dan
- c. berpartisipasi aktif dan mematuhi peraturan yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan publik.

BAB V

PENYELENGGARAAN PELAYANAN PUBLIK

Bagian Kesatu

Standar Pelayanan

Pasal 20

- (1) Penyelenggara berkewajiban menyusun dan menetapkan standar pelayanan dengan memperhatikan kemampuan Penyelenggara, kebutuhan masyarakat, dan kondisi lingkungan.
- (2) Dalam menyusun dan menetapkan standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Penyelenggara wajib mengikutsertakan masyarakat dan pihak terkait.
- (3) Penyelenggara berkewajiban menerapkan standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pengikutsertaan masyarakat dan pihak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan dengan prinsip tidak diskriminatif, terkait langsung dengan jenis pelayanan, memiliki kompetensi dan mengutamakan musyawarah, serta memperhatikan keberagaman.

(4) Penyusunan standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilakukan dengan pedoman tertentu yang diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

Pasal 21

Komponen standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi:

- a. dasar hukum;
- b. persyaratan;
- c. sistem, mekanisme, dan prosedur;
- d. jangka waktu penyelesaian;
- e. biaya/tarif;
- f. produk pelayanan;
- g. sarana, prasarana, dan/atau fasilitas;
- h. kompetensi Pelaksana;
- i. pengawasan internal;
- j. penanganan pengaduan, saran, dan masukan;
- k. jumlah Pelaksana;
- l. jaminan pelayanan yang memberikan kepastian pelayanan dilaksanakan sesuai dengan standar pelayanan;
- m. jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan dalam bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, dan risiko keraguan; dan
- n. evaluasi kinerja Pelaksana.

Bagian Kedua

Maklumat Pelayanan

Pasal 22

(1) Penyelenggara berkewajiban menyusun dan menetapkan maklumat pelayanan yang merupakan pernyataan kesanggupan Penyelenggara dalam melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21.

(2) Maklumat pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dipublikasikan secara jelas dan luas.

Bagian Ketiga

Sistem Informasi Pelayanan Publik

Pasal 23

- (1) Dalam rangka memberikan dukungan informasi terhadap penyelenggaraan pelayanan publik perlu diselenggarakan Sistem Informasi yang bersifat nasional.
- (2) Menteri mengelola Sistem Informasi yang bersifat nasional.
- (3) Sistem Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berisi semua informasi pelayanan publik yang berasal dari penyelenggara pada setiap tingkatan.
- (4) Penyelenggara berkewajiban mengelola Sistem Informasi yang terdiri atas sistem informasi elektronik atau nonelektronik, sekurang-kurangnya meliputi:
 - a. profil Penyelenggara;
 - b. profil Pelaksana;
 - c. standar pelayanan;
 - d. maklumat pelayanan;
 - e. pengelolaan pengaduan; dan
 - f. penilaian kinerja.
- (5) Penyelenggara berkewajiban menyediakan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (4) kepada masyarakat secara terbuka dan mudah diakses.

Pasal 24

Dokumen, akta, dan sejenisnya yang berupa produk elektronik atau nonelektronik dalam penyelenggaraan pelayanan publik dinyatakan sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bagian Keempat

Pengelolaan Sarana, Prasarana, dan/atau Fasilitas Pelayanan Publik

Pasal 25

- (1) Penyelenggara dan Pelaksana berkewajiban mengelola sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik secara efektif, efisien, transparan, akuntabel, dan berkesinambungan serta bertanggung jawab terhadap pemeliharaan dan/atau penggantian sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik.
- (2) Pelaksana wajib memberikan laporan kepada Penyelenggara mengenai kondisi dan kebutuhan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik serta Pelaksana sesuai dengan tuntutan kebutuhan standar pelayanan.
- (3) Atas laporan kondisi dan kebutuhan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), penyelenggara melakukan analisis dan menyusun daftar kebutuhan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik dan Pelaksana.
- (4) Atas analisis dan daftar kebutuhan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), Penyelenggara melakukan pengadaan sesuai dengan peraturan perundang-

undangan dengan mempertimbangkan prinsip efektivitas, efisiensi, transparansi, akuntabilitas, dan berkesinambungan.

Pasal 26

Penyelenggara dilarang memberikan izin dan/atau membiarkan pihak lain menggunakan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik yang mengakibatkan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik tidak berfungsi atau tidak sesuai dengan peruntukannya.

Pasal 27

(1) Saham penyelenggara yang berbentuk badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah yang berkaitan dengan pelayanan publik dilarang dipindahtangankan dalam keadaan apa pun, baik langsung maupun tidak langsung melalui penjualan, penjaminan atau hal-hal yang mengakibatkan beralihnya kekuasaan menjalankan korporasi atau hilangnya hak-hak yang menjadi milik korporasi sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

(2) Perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dinyatakan batal demi hukum.

Pasal 28

(1) Penyelenggara yang bermaksud melakukan perbaikan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik wajib mengumumkan dan mencantumkan batas waktu penyelesaian pekerjaan secara jelas dan terbuka.

(2) Perbaikan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang mengakibatkan terhentinya kegiatan pelayanan publik.

(3) Pengumuman oleh Penyelenggara harus dilakukan selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kalender sebelum pelaksanaan pekerjaan dimulai dengan memasang tanda yang memuat nama kegiatan, nama dan alamat penanggung jawab, waktu kegiatan, alamat pengaduan berupa nomor telepon, nomor tujuan pesan layanan singkat (*short message service* (sms)), laman (*website*), pos-el (*email*), dan kotak pengaduan.

(4) Penyelenggara dan Pelaksana yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dinyatakan telah melakukan kelalaian.

Bagian Kelima

Pelayanan Khusus

Pasal 29

(1) Penyelenggara berkewajiban memberikan pelayanan dengan perlakuan khusus kepada anggota masyarakat tertentu sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

(2) Sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik dengan perlakuan khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang digunakan oleh orang yang tidak berhak.

Pasal 30

(1) Penyelenggara dapat menyediakan pelayanan berjenjang secara transparan, akuntabel, dan sesuai dengan standar pelayanan serta peraturan perundang-undangan.

(2) Pelayanan berjenjang sebagaimana dimaksud pada ayat (1), harus mematuhi ketentuan tentang proporsi akses dan pelayanan kepada kelompok masyarakat berdasarkan asas persamaan perlakuan, keterbukaan, serta keterjangkauan masyarakat.

(3) Ketentuan mengenai proporsi akses dan kategori kelompok masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

Bagian Keenam

Biaya/Tarif Pelayanan Publik

Pasal 31

(1) Biaya/tarif pelayanan publik pada dasarnya merupakan tanggung jawab negara dan/atau masyarakat.

(2) Biaya/tarif pelayanan publik yang merupakan tanggung jawab negara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan kepada negara apabila diwajibkan dalam peraturan perundang-undangan.

(3) Biaya/tarif pelayanan publik selain yang diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dibebankan kepada penerima pelayanan publik.

(4) Penentuan biaya/tarif pelayanan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) ditetapkan dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota, dan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Pasal 32

(1) Penyelenggara berhak mendapatkan alokasi anggaran sesuai dengan tingkat kebutuhan pelayanan.

(2) Selain alokasi anggaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1), penyelenggara dapat memperoleh anggaran dari pendapatan hasil pelayanan publik.

Pasal 33

(1) Dalam hal penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan oleh institusi penyelenggara negara dan lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang, negara wajib mengalokasikan anggaran yang memadai melalui anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah.

(2) Korporasi dan/atau badan hukum yang menyelenggarakan pelayanan publik wajib mengalokasikan anggaran yang memadai secara proporsional untuk peningkatan kualitas pelayanan publik.

(3) Penyelenggara dilarang membiayai kegiatan lain dengan menggunakan alokasi anggaran yang diperuntukkan pelayanan publik.

Bagian Ketujuh

Perilaku Pelaksana dalam Pelayanan

Pasal 34

Pelaksana dalam menyelenggarakan pelayanan publik harus berperilaku sebagai berikut:

- a. adil dan tidak diskriminatif;
- b. cermat;
- c. santun dan ramah;
- d. tegas, andal, dan tidak memberikan putusan yang berlarut-larut;
- e. profesional;
- f. tidak mempersulit;
- g. patuh pada perintah atasan yang sah dan wajar;
- h. menjunjung tinggi nilai-nilai akuntabilitas dan integritas institusi penyelenggara;
- i. tidak membocorkan informasi atau dokumen yang wajib dirahasiakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- j. terbuka dan mengambil langkah yang tepat untuk menghindari benturan kepentingan;
- k. tidak menyalahgunakan sarana dan prasarana serta fasilitas pelayanan publik;
- l. tidak memberikan informasi yang salah atau menyesatkan dalam menanggapi permintaan informasi serta proaktif dalam memenuhi kepentingan masyarakat;
- m. tidak menyalahgunakan informasi, jabatan, dan/atau kewenangan yang dimiliki;
- n. sesuai dengan kepantasan; dan
- o. tidak menyimpang dari prosedur.

Bagian Kedelapan

Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Pasal 35

- (1) Pengawasan penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan oleh pengawas internal dan pengawas eksternal.
- (2) Pengawasan internal penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan melalui:
 - a. pengawasan oleh atasan langsung sesuai dengan peraturan perundang-undangan; dan
 - b. pengawasan oleh pengawas fungsional sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (3) Pengawasan eksternal penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan melalui:
 - a. pengawasan oleh masyarakat berupa laporan atau pengaduan masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik;
 - b. pengawasan oleh ombudsman sesuai dengan peraturan perundang-undangan; dan
 - c. pengawasan oleh Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota.

Bagian Kesembilan

Pengelolaan Pengaduan

Pasal 36

- (1) Penyelenggara berkewajiban menyediakan sarana pengaduan dan menugaskan Pelaksana yang kompeten dalam pengelolaan pengaduan.
- (2) Penyelenggara berkewajiban mengelola pengaduan yang berasal dari penerima pelayanan, rekomendasi ombudsman, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota dalam batas waktu tertentu.
- (3) Penyelenggara berkewajiban menindaklanjuti hasil pengelolaan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (2).
- (4) Penyelenggara berkewajiban mengumumkan nama dan alamat penanggung jawab pengelola pengaduan serta sarana pengaduan yang disediakan.

Pasal 37

- (1) Penyelenggara berkewajiban menyusun mekanisme pengelolaan pengaduan dari penerima pelayanan dengan mengedepankan asas penyelesaian yang cepat dan tuntas.

(2) Materi dan mekanisme pengelolaan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut oleh Penyelenggara.

(3) Materi pengelolaan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) sekurang-kurangnya meliputi:

- a. identitas pengadu;
- b. prosedur pengelolaan pengaduan;
- c. penentuan Pelaksana yang mengelola pengaduan;
- d. prioritas penyelesaian pengaduan;
- e. pelaporan proses dan hasil pengelolaan pengaduan kepada atasan pelaksana;
- f. rekomendasi pengelolaan pengaduan;
- g. penyampaian hasil pengelolaan pengaduan kepada pihak terkait;
- h. pemantauan dan evaluasi pengelolaan pengaduan;
- i. dokumentasi dan statistik pengelolaan pengaduan; dan
- j. pencantuman nama dan alamat penanggung jawab serta sarana pengaduan yang mudah diakses.

Bagian Kesepuluh

Penilaian Kinerja

Pasal 38

(1) Penyelenggara berkewajiban melakukan penilaian kinerja penyelenggaraan pelayanan publik secara berkala.

(2) Penilaian kinerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan indikator kinerja berdasarkan standar pelayanan.

BAB VI

PERAN SERTA MASYARAKAT

Pasal 39

(1) Peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dimulai sejak penyusunan standar pelayanan sampai dengan evaluasi dan pemberian penghargaan.

(2) Peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diwujudkan dalam bentuk kerja sama, pemenuhan hak dan kewajiban masyarakat, serta peran aktif dalam penyusunan kebijakan pelayanan publik.

(3) Masyarakat dapat membentuk lembaga pengawasan pelayanan publik.

(4) Tata cara pengikutsertaan masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

BAB VII

PENYELESAIAN PENGADUAN

Bagian Kesatu

Pengaduan

Pasal 40

(1) Masyarakat berhak mengadukan penyelenggaraan pelayanan publik kepada Penyelenggara, ombudsman, dan/atau Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota.

(2) Masyarakat yang melakukan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dijamin hak-haknya oleh peraturan perundang-undangan.

(3) Pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan terhadap:

- a. Penyelenggara yang tidak melaksanakan kewajiban dan/atau melanggar larangan; dan
- b. Pelaksana yang memberi pelayanan yang tidak sesuai dengan standar pelayanan.

Pasal 41

(1) Atasan satuan kerja penyelenggara berwenang menjatuhkan sanksi kepada satuan kerja Penyelenggara yang tidak memenuhi kewajiban dan/atau melanggar larangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40 ayat (3) huruf a.

(2) Atasan Pelaksana menjatuhkan sanksi kepada Pelaksana yang melakukan pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40 ayat (3) huruf b.

(3) Pemberian sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilakukan berdasarkan aduan masyarakat dan/atau berdasarkan kewenangan yang dimiliki atasan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pasal 42

(1) Pengaduan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40 diajukan oleh setiap orang yang dirugikan atau oleh pihak lain yang menerima kuasa untuk mewakilinya.

(2) Pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak pengadu menerima pelayanan.

(3) Pengaduan disampaikan secara tertulis memuat:

- a. nama dan alamat lengkap;
 - b. uraian pelayanan yang tidak sesuai dengan standar pelayanan dan uraian kerugian materiil atau immateriil yang diderita;
 - c. permintaan penyelesaian yang diajukan; dan
 - d. tempat, waktu penyampaian, dan tanda tangan.
- (4) Pengadu dapat memasukkan tuntutan ganti rugi dalam surat pengaduannya sebagaimana dimaksud pada ayat (3).
- (5) Dalam keadaan tertentu, nama dan identitas pengadu dapat dirahasiakan.

Pasal 43

- (1) Pengaduan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 ayat (3) dapat disertai dengan bukti-bukti sebagai pendukung pengaduannya.
- (2) Dalam hal pengadu membutuhkan dokumen terkait dengan pengaduannya dari penyelenggara dan/atau pelaksana untuk mendukung pembuktian sebagaimana dimaksud pada ayat (1), penyelenggara dan/atau pelaksana wajib memberikannya.

Pasal 44

- (1) Penyelenggara dan/atau ombudsman wajib memberikan tanda terima pengaduan.
- (2) Tanda terima pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya memuat:
- a. identitas pengadu secara lengkap;
 - b. uraian pelayanan yang tidak sesuai dengan standar pelayanan;
 - c. tempat dan waktu penerimaan pengaduan; dan
 - d. tanda tangan serta nama pejabat/pegawai yang menerima pengaduan.
- (3) Penyelenggara dan/atau ombudsman wajib menanggapi pengaduan masyarakat paling lambat 14 (empat belas) hari sejak pengaduan diterima yang sekurang-kurangnya berisi informasi lengkap atau tidak lengkapnya materi aduan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 ayat (3).
- (4) Dalam hal materi aduan tidak lengkap, pengadu melengkapi materi aduannya selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak menerima tanggapan dari Penyelenggara atau ombudsman sebagaimana diinformasikan oleh pihak Penyelenggara dan/atau ombudsman.
- (5) Dalam hal berkas pengaduan tidak dilengkapi dalam waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (4), pengadu dianggap mencabut pengaduannya.

Pasal 45

- (1) Pengaduan terhadap Pelaksana ditujukan kepada atasan Pelaksana.

(2) Pengaduan terhadap Penyelenggara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (3) huruf a dan huruf b, ayat (4) huruf a dan huruf b, serta ayat (7) huruf a ditujukan kepada atasan satuan kerja Penyelenggara.

(3) Pengaduan terhadap Penyelenggara yang berbentuk korporasi dan lembaga independen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (3) huruf c, ayat (4) huruf c, dan ayat (7) huruf b ditujukan kepada pejabat yang bertanggung jawab pada instansi pemerintah yang memberikan misi atau penugasan.

Bagian Kedua

Penyelesaian Pengaduan oleh Ombudsman

Pasal 46

(1) Ombudsman wajib menerima dan berwenang memproses pengaduan dari masyarakat mengenai penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan Undang-Undang ini.

(2) Ombudsman wajib menyelesaikan pengaduan masyarakat apabila pengadu menghendaki penyelesaian pengaduan tidak dilakukan oleh Penyelenggara.

(3) Ombudsman wajib membentuk perwakilan di daerah yang bersifat hierarkis untuk mendukung tugas dan fungsi ombudsman dalam kegiatan pelayanan publik.

(4) Pembentukan perwakilan ombudsman di daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan paling lambat 3 (tiga) tahun sejak Undang-Undang ini diundangkan.

(5) Ombudsman wajib melakukan mediasi dan konsiliasi dalam menyelesaikan pengaduan atas permintaan para pihak.

(6) Penyelesaian pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat dilakukan oleh perwakilan ombudsman di daerah.

(7) Mekanisme dan tata cara penyelesaian pengaduan oleh ombudsman diatur lebih lanjut dalam peraturan ombudsman.

Bagian Ketiga

Penyelesaian Pengaduan oleh Penyelenggara Pelayanan Publik

Pasal 47

(1) Penyelenggara wajib memeriksa pengaduan dari masyarakat mengenai pelayanan publik yang diselenggarakannya.

(2) Proses pemeriksaan untuk memberikan tanggapan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku bagi Penyelenggara.

Pasal 48

- (1) Dalam memeriksa materi pengaduan, Penyelenggara wajib berpedoman pada prinsip independen, nondiskriminasi, tidak memihak, dan tidak memungut biaya.
- (2) Penyelenggara wajib menerima dan merespons pengaduan.
- (3) Dalam hal pengadu keberatan dipertemukan dengan pihak teradu karena alasan tertentu yang dapat mengancam atau merugikan kepentingan pengadu, dengar pendapat dapat dilakukan secara terpisah.
- (4) Dalam hal pengadu menuntut ganti rugi, pihak pengadu menguraikan kerugian yang ditimbulkan akibat pelayanan yang tidak sesuai dengan standar pelayanan.

Pasal 49

- (1) Dalam melakukan pemeriksaan materi pengaduan, Penyelenggara wajib menjaga kerahasiaan.
- (2) Kewajiban menjaga kerahasiaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak gugur setelah pimpinan Penyelenggara berhenti atau diberhentikan dari jabatannya.

Pasal 50

- (1) Penyelenggara wajib memutuskan hasil pemeriksaan pengaduan paling lambat 60 (enam puluh) hari sejak berkas pengaduan dinyatakan lengkap.
- (2) Keputusan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada pihak pengadu paling lambat 14 (empat belas) hari sejak diputuskan.
- (3) Dalam hal pengadu menuntut ganti rugi, keputusan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat jumlah ganti rugi dan batas waktu pembayarannya.
- (4) Penyelenggara wajib menyediakan anggaran guna membayar ganti rugi.
- (5) Dalam hal penyelesaian ganti rugi, ombudsman dapat melakukan mediasi, konsiliasi, dan ajudikasi khusus.
- (6) Ajudikasi khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (5) dilaksanakan paling lambat 5 (lima) tahun sejak Undang-Undang ini diundangkan.
- (7) Dalam melaksanakan ajudikasi khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (5), mekanisme dan tata caranya diatur lebih lanjut oleh peraturan ombudsman.
- (8) Mekanisme dan ketentuan pembayaran ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (5) diatur lebih lanjut dalam peraturan presiden.
- (9) Penyelenggara berkewajiban memberikan tembusan keputusan kepada pengadu mengenai penyelesaian perkara yang diadukan.

Bagian Keempat
Pelanggaran Hukum dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Pasal 51

Masyarakat dapat menggugat Penyelenggara atau Pelaksana melalui peradilan tata usaha negara apabila pelayanan yang diberikan menimbulkan kerugian di bidang tata usaha negara.

Pasal 52

(1) Dalam hal Penyelenggara melakukan perbuatan melawan hukum dalam penyelenggaraan pelayanan publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, masyarakat dapat mengajukan gugatan terhadap Penyelenggara ke pengadilan.

(2) Pengajuan gugatan terhadap penyelenggara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak menghapus kewajiban penyelenggara untuk melaksanakan keputusan ombudsman dan/atau Penyelenggara.

(3) Pengajuan gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pasal 53

(1) Dalam hal Penyelenggara diduga melakukan tindak pidana dalam penyelenggaraan pelayanan publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, masyarakat dapat melaporkan Penyelenggara kepada pihak berwenang.

(2) Laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak menghapus kewajiban Penyelenggara untuk melaksanakan keputusan ombudsman dan/atau Penyelenggara.

BAB VIII
KETENTUAN SANKSI

Pasal 54

(1) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 15 huruf g, Pasal 17 huruf e, dikenai sanksi teguran tertulis.

(2) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 13 ayat (1) huruf b dan huruf e, Pasal 15 huruf e dan huruf f, Pasal 16 huruf a, Pasal 17 huruf b dan huruf c, Pasal 25 ayat (2), Pasal 29 ayat (2), Pasal 44 ayat (1), Pasal 47 ayat (1), Pasal 48 ayat (1), dan Pasal 50 ayat (9) dikenai sanksi teguran tertulis, dan apabila dalam

waktu 3 (tiga) bulan tidak melaksanakan ketentuan dimaksud dikenai sanksi pembebasan dari jabatan.

(3) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (2) dikenai sanksi teguran tertulis, dan apabila dalam waktu 1 (satu) tahun tidak melaksanakan ketentuan dimaksud dikenai sanksi pembebasan dari jabatan.

(4) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (1) dan ayat (4) dikenai sanksi teguran tertulis, dan apabila dalam waktu 3 (tiga) bulan atau dalam masa pelaksanaan pekerjaan tidak melaksanakan ketentuan dimaksud dikenai sanksi pembebasan dari jabatan.

(5) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 huruf c, huruf d, huruf h, dan huruf i, Pasal 23 ayat (4) dan ayat (5), Pasal 25 ayat (1), Pasal 28 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 29 ayat (1), Pasal 36 ayat (2), Pasal 37 ayat (1), Pasal 43 ayat (2), Pasal 44 ayat (3), dan Pasal 50 ayat (2) dikenai sanksi penurunan gaji sebesar satu kali kenaikan gaji berkala untuk paling lama 1 (satu) tahun.

(6) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 ayat (1) dikenai sanksi penurunan pangkat pada pangkat yang setingkat lebih rendah untuk paling lama 1 (satu) tahun.

(7) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1), Pasal 15 huruf b, huruf e, huruf j, huruf k, dan huruf l, Pasal 16 huruf d, huruf c, huruf d, dan huruf e, Pasal 17 huruf a dan huruf d, Pasal 20 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 22, Pasal 28 ayat (4), Pasal 33 ayat (1), Pasal 36 ayat (3), Pasal 48 ayat (2), serta Pasal 50 ayat (1) dan ayat (4) dikenai sanksi pembebasan dari jabatan.

(8) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 huruf a, Pasal 20 ayat (1), Pasal 26, dan Pasal 33 ayat (3) dikenai sanksi pemberhentian dengan hormat tidak atas permintaan sendiri.

(9) Penyelenggara atau Pelaksana yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1) dan Pasal 49 ayat (1) dikenai sanksi pemberhentian tidak dengan hormat.

(10) Penyelenggara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (3) huruf c dan ayat (4) huruf c yang melanggar ketentuan Pasal 15 huruf a, Pasal 26, Pasal 33 ayat (3), dan Pasal 36 ayat (3) dikenai sanksi pembekuan misi dan/atau izin yang diterbitkan oleh instansi pemerintah.

(11) Penyelenggara yang dikenai sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (10), apabila dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan tidak melakukan perbaikan kinerja dikenai sanksi pencabutan izin yang diterbitkan oleh instansi pemerintah.

Pasal 55

- (1) Penyelenggara atau Pelaksana yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (1), Pasal 28 ayat (1) dan ayat (4), Pasal 29 ayat (1) dan ayat (2) dan atas perbuatan tersebut mengakibatkan timbulnya luka, cacat tetap, atau hilangnya nyawa bagi pihak lain dikenai sanksi pidana sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- (2) Pengenaan sanksi pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak membebaskan dirinya membayar ganti rugi bagi korban.
- (3) Besaran ganti rugi korban ditetapkan berdasarkan putusan pengadilan.

Pasal 56

- (1) Penyelenggara atau Pelaksana yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (1), Pasal 28 ayat (1) dan ayat (4), dan atas perbuatan tersebut mengakibatkan kerugian negara dikenai denda.
- (2) Besaran denda ditetapkan berdasarkan putusan pengadilan.

Pasal 57

- (1) Sanksi bagi Penyelenggara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54, Pasal 55, dan Pasal 56 dikenakan kepada pimpinan penyelenggara.
- (2) Pengenaan sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh atasan Penyelenggara yang bertanggung jawab atas kegiatan pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (3) Pelanggaran yang dilakukan oleh Penyelenggara sebagaimana diatur dalam Pasal 40 ayat (3) yang menimbulkan kerugian wajib dibayar oleh Penyelenggara setelah dibuktikan nilai kerugiannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pasal 58

Pimpinan Penyelenggara dan/atau Pelaksana yang dikenai sanksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54, Pasal 55, dan Pasal 56 dapat dilanjutkan pemrosesan perkara ke lembaga peradilan umum apabila Penyelenggara melakukan perbuatan melawan hukum dan/atau Penyelenggara melakukan tindak pidana.

BAB IX KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 59

Pada saat Undang-Undang ini mulai berlaku, semua peraturan atau ketentuan mengenai penyelenggaraan pelayanan publik wajib disesuaikan dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini paling lambat 2 (dua) tahun.

BAB X KETENTUAN PENUTUP

Pasal 60

- (1) Peraturan pemerintah mengenai ruang lingkup pelayanan publik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (6) harus ditetapkan paling lambat 6 (enam) bulan sejak Undang-Undang ini diundangkan.
- (2) Peraturan pemerintah mengenai sistem pelayanan terpadu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (2) harus ditetapkan paling lambat 6 (enam) bulan sejak Undang-Undang ini diundangkan.
- (3) Peraturan pemerintah mengenai pedoman penyusunan standar pelayanan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 ayat (5) harus ditetapkan paling lambat 6 (enam) bulan sejak Undang-Undang ini diundangkan.
- (4) Penyelenggara harus menyusun, menetapkan, dan menerapkan standar pelayanan paling lambat 6 (enam) bulan setelah peraturan pemerintah mengenai pedoman penyusunan standar pelayanan diundangkan sebagaimana dimaksud pada ayat (3).
- (5) Peraturan pemerintah mengenai proporsi akses dan kategori kelompok masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3) harus ditetapkan paling lambat 6 (enam) bulan sejak Undang-Undang ini diundangkan.
- (6) Peraturan pemerintah mengenai tata cara pengikutsertaan masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 ayat (4) harus ditetapkan paling lambat 6 (enam) bulan sejak Undang-Undang ini diundangkan.
- (7) Peraturan presiden mengenai mekanisme dan ketentuan pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 ayat (8) harus ditetapkan paling lambat 6 (enam) bulan sejak Undang-Undang ini diundangkan.

Pasal 61

Kewajiban negara menanggung beban pelayanan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 ayat (2) harus dipenuhi selambat-lambatnya dimulai tahun anggaran 2011.

Pasal 62

Undang-Undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-Undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

SKALA KUALITAS PELAYANAN

Nama :

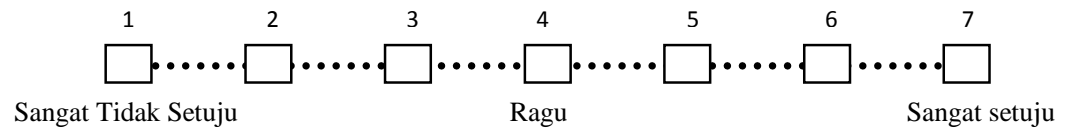
Jenis kelamin :

Umur :

Pendidikan terakhir :

KETERANGAN

Silahkan anda memberi skor pada pernyataan dibawah ini sesuai dengan yang anda alami atau rasakan dengan cara melingkari atau menyilang skor yang anda anggap pantas atau sesuai dengan kenyataannya.



Keterangan:

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = kurang setuju

4 = ragu

5 = cukup setuju

6 = setuju

7 = sangat setuju

NO	PERNYATAAN	Skor						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Perlengkapan seperti computer, printer dan lain-lain di kantor pajak sudah canggih dan lengkap	1	2	3	4	5	6	7
2	Ruang tunggu di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan nyaman	1	2	3	4	5	6	7
3	Karyawan selalu menggunakan pakaian yang rapi dan enak dipandang	1	2	3	4	5	6	7
4	Tata letak ruangan pembayaran pajak sangat tepat sehingga membuat aktivitas di ruangan pembayaran pajak menjadi lancar	1	2	3	4	5	6	7
5	Letak kantor pelayanan pajak pratama malang selatan sangat strategis, sehingga mudah untuk dijangkau	1	2	3	4	5	6	7
6	Tempat parkir di kantor pelayanan pajak pratama malang selatan ini nyaman sehingga saya merasa aman ketika parkir	1	2	3	4	5	6	7
7	Toilet yang disediakan di kantor pratama malang selatan ini bersih dan nyaman	1	2	3	4	5	6	7
8	Kantor pelayanan pajak senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik bagi saya	1	2	3	4	5	6	7
9	Kantor pelayanan pajak tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan perjanjian yang telah ditentukan	1	2	3	4	5	6	7
10	Kantor pelayanan pajak tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan pembayaran pajak	1	2	3	4	5	6	7
11	Saya merasakan pelayanan customer service mengenai ketelitian perlu ditingkatkan	1	2	3	4	5	6	7
12	Karyawan memberikan pelayanan dengan tulus	1	2	3	4	5	6	7
13	Karyawan selalu siap memberikan pelayanan	1	2	3	4	5	6	7
14	Karyawan selalu tepat waktu dalam meberikan	1	2	3	4	5	6	7

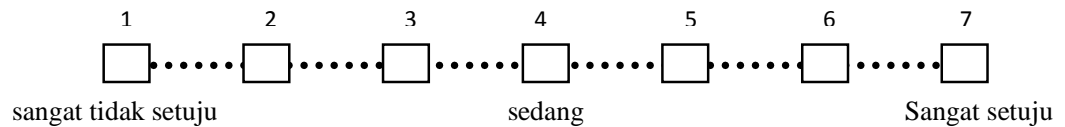
	pelayanan							
15	Karyawan selalu tanggap dalam memberikan pelayanan	1	2	3	4	5	6	7
16	Karyawan selalu tanggap dalam menindaklanjuti apabila terjadi kesalahan sehingga tidak merugikan pelanggan	1	2	3	4	5	6	7
17	Selalu ada petugas keamanan (satpam) yang siap membantu saya	1	2	3	4	5	6	7
18	Karyawan selalu sopan ketika melayani para wajib pajak atau pelanggan	1	2	3	4	5	6	7
19	Karyawan memberikan pelayanan dengan trampil sesuai jabatannya	1	2	3	4	5	6	7
20	Karyawan telah memiliki kemampuan yang cukup tentang masalah etika pelayanan	1	2	3	4	5	6	7
21	Tanggungjawab dan kemampuan berkomunikasi yang dimiliki oleh karyawan dalam membawa diri dapat meyakinkan saya	1	2	3	4	5	6	7
22	Sarana dan peralatan pendukung (tempat parkir, toilet, dsb) yang disediakan dengan keinginan Saya	1	2	3	4	5	6	7
23	Petugas keamanan (satpam) di kantor pajak dapat diandalkan dalam menjamin keamanan dan kenyamanan Saya	1	2	3	4	5	6	7
24	Karyawan kantor pelayanan pajak selalu terlihat menyenangkan dan selalu tersenyum dalam memberikan pelayanan kepada Saya	1	2	3	4	5	6	7
25	Karyawan kantor pelayanan pajak senantiasa bertindak adil dalam melayani Saya pada saat antri membayar pajak	1	2	3	4	5	6	7
26	Sikap karyawan dalam menanggapi keluhan Saya sangat baik	1	2	3	4	5	6	7

27	Cara penyanpaian informasi yang diberikan karyawan kantor pelayanan pajak mudah Saya pahami	1	2	3	4	5	6	7
28	Kantor pelayanan pajak sering memberikan perhatian kepada pelanggan seacara individual	1	2	3	4	5	6	7
29	Karyawan mudah mengerti atau paham dengan keluhan yang saya keluhkan	1	2	3	4	5	6	7
30	Karyawan sering memberikan saran dan pendapat sesuai dengan kondisi keadaan saya	1	2	3	4	5	6	7

SKALA KEPUASAN KONSUMEN

KETERANGAN

Silahkan anda memberi skor pada pernyataan dibawah ini sesuai dengan yang anda alami atau rasakan dengan cara melingkari atau menyilang skor yang anda anggap pantas atau sesuai dengan kenyataannya.



Keterangan:

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = kurang setuju

4 = ragu

5 = cukup setuju

6 = setuju

7 = sangat setuju

NO	PERNYATAAN	Skor						
1	Saya akan membayar pajak yang berikutnya di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan ini Dengan senang hati	1	2	3	4	5	6	7
2	Saya selalu ingin datang ke Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan lagi ketika tiba waktunya untuk membayar pajak lagi	1	2	3	4	5	6	7

3	Saya merasa tidak rugi membayar pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	1	2	3	4	5	6	7
4	Menurut saya pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan ini selalu baik	1	2	3	4	5	6	7
5	Saya selalu mengatakan kalau pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan ini baik kepada orang lain	1	2	3	4	5	6	7
6	Saya tidak pernah mengatakan hal-hal buruk kepada orang lain tentang pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	1	2	3	4	5	6	7
7	Saya tidak mau membayar pajak ditempat lain seperti bank, kantor pos dan tempat-tempat lain yang menyediakan jasa pembayaran pajak kecuali di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	1	2	3	4	5	6	7
8	Saya tidak mau mencoba membayar pajak ditempat lain seperti bank, kantor pos atau tempat-tempat yang menyediakan jasa pembayaran pajak selain Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	1	2	3	4	5	6	7
9	Saya kurang memperhatikan jika ada iklan layanan pembayaran pajak ditempat-tempat yang mnyediakan jasa pelayanan pajak selain Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	1	2	3	4	5	6	7
10	Saya juga ingin membayar pajak yang lain seperti pajak pertambahan nilai dan lain-lain di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan ini selain membayar pajak bumi bangunan	1	2	3	4	5	6	7

Hasil Analisa Validitas dan Realibilitas Skala Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	44.70	58.556	.667	.856
VAR00002	44.87	58.579	.637	.858
VAR00003	44.77	60.421	.618	.860
VAR00004	44.54	61.928	.578	.863
VAR00005	44.61	62.826	.552	.865
VAR00006	44.32	63.836	.460	.871
VAR00007	44.80	56.707	.702	.852
VAR00008	44.88	59.804	.583	.862
VAR00009	44.82	60.291	.548	.865
VAR00010	44.36	60.495	.594	.862

Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas Skala Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	149.00	587.918	.630	.956
VAR00002	149.03	583.721	.622	.956
VAR00003	149.51	578.376	.644	.956
VAR00004	149.27	576.712	.728	.955
VAR00005	149.04	587.916	.552	.957
VAR00006	149.68	574.858	.688	.956
VAR00007	149.55	589.714	.518	.957
VAR00008	149.48	583.015	.669	.956
VAR00009	149.55	586.559	.613	.956
VAR00010	149.83	577.897	.668	.956
VAR00011	149.52	586.170	.587	.956
VAR00012	149.32	583.064	.680	.956
VAR00013	149.38	579.268	.705	.955
VAR00014	149.61	586.467	.681	.956
VAR00015	149.37	579.884	.723	.955
VAR00016	149.59	579.790	.674	.956
VAR00017	148.69	591.410	.579	.956
VAR00018	149.14	580.784	.683	.956
VAR00019	149.48	580.685	.715	.955
VAR00020	149.51	578.314	.748	.955
VAR00021	149.65	579.095	.697	.955
VAR00022	149.48	583.407	.601	.956
VAR00023	148.94	584.099	.598	.956
VAR00024	149.52	588.768	.595	.956
VAR00025	149.19	587.477	.603	.956
VAR00026	149.40	592.263	.587	.956
VAR00027	149.28	585.233	.622	.956
VAR00028	149.60	587.232	.536	.957
VAR00029	149.54	588.230	.667	.956
VAR00030	149.53	584.499	.635	.956

Hasil Korelasi Product Moment

Correlations

		VAR00001	VAR00002
VAR00001	Pearson Correlation	1	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
VAR00002	Pearson Correlation	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

DATA MENTAH KUALITAS PELAYANAN

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Jumlah
1	7	7	7	7	7	5	4	4	5	3	3	7	7	7	7	5	7	7	7	6	7	7	7	7	7	5	7	7	6	7	186
2	5	4	7	5	7	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	4	4	5	6	3	5	4	3	2	4	5	125
3	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	4	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	168
4	7	7	5	6	6	5	6	4	4	4	4	4	7	6	6	6	7	7	6	6	6	5	7	6	6	6	7	4	5	4	169
5	7	7	7	7	7	7	4	7	4	4	7	4	4	4	6	7	7	7	7	4	6	4	4	6	6	6	6	1	4	4	165
6	5	5	5	5	5	6	4	5	4	5	5	5	5	4	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	151
7	6	7	7	6	7	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	1	3	4	162
8	7	7	7	7	7	5	7	7	6	5	5	6	6	6	7	5	6	6	5	6	5	4	6	5	5	5	6	5	6	5	175
9	5	6	5	5	7	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	148
10	5	6	2	4	5	3	4	4	1	1	4	3	4	4	6	2	6	4	3	2	4	4	5	1	6	5	5	5	6	5	119
11	7	7	7	4	7	4	4	7	4	4	7	7	4	4	4	7	7	7	7	7	7	4	4	7	7	7	7		7	7	173
12	7	6	6	6	7	6	7	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	7	5	6	5	6	6	6	6	180
13	6	6	6	7	6	7	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6	7	7	6	7	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	194
14	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	210
15	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	4	4	4	5	4	5	6	6	4	5	5	160
16	7	7	4	7	7	4	4	4	5	7	4	7	5	5	3	4	7	5	6	6	5	7	5	5	7	5	6	6	4	5	163
17	5	5	6	5	5	7	5	6	5	4	5	6	7	5	6	4	4	5	6	5	5	6	5	4	5	6	7	6	5	5	160
18	7	7	6	6	7	6	6	7	6	6	7	7	7	6	7	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	7	7	7	195
19	7	6	3	5	7	4	4	4	3	3	6	5	5	4	6	3	7	4	5	6	4	6	6	4	7	6	5	5	6	5	151
20	4	4	5	6	7	4	5	5	4	4	6	5	7	7	6	5	4	5	5	3	4	6	4	7	7	6	6	5	6	6	158
21	5	5	6	4	4	5	5	4	6	6	3	6	6	6	5	5	6	7	5	5	5	4	5	6	5	5	5	6	5	6	156

47	6	5	7	6	6	7	6	5	7	6	6	6	6	6	6	5	7	7	5	5	6	6	6	6	6	5	7	5	5	4	176	
48	7	7	4	6	7	4	6	6	5	6	5	7	6	5	5	6	7	6	6	4	6	7	7	4	4	5	3	4	5	7	167	
49	7	7	6	5	7	5	7	6	5	6	7	4	4	5	4	6	6	5	7	6	7	6	5	6	5	7	6	4	4	4	169	
50	6	7	5	4	5	4	4	4	5	7	4	5	5	3	4	6	5	4	6	4	6	5	4	7	4	5	4	7	5	5	4	149
51	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	6	6	6	5	4	6	6	5	5	5	147	
52	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	121	
53	6	5	7	6	5	5	6	6	5	6	7	7	6	5	4	5	7	6	4	4	3	4	6	4	3	5	7	6	5	7	162	
54	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	105	
55	4	5	3	4	5	6	4	3	3	3	4	5	6	5	5	4	6	5	4	3	4	5	6	4	3	4	4	3	4	4	128	
56	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	5	130	
57	5	6	3	6	6	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	6	6	5	5	5	5	5	5	4	5	6	5	5	5	146	
58	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	5	7	7	7	5	5	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	7	6	7	199	
59	5	5	5	6	5	3	4	6	4	4	4	5	5	4	4	5	6	6	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	3	138	
60	6	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	6	5	4	4	5	5	6	5	6	6	5	5	5	6	149	
61	6	6	6	5	6	5	5	5	3	5	6	6	5	4	4	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	156	
62	4	4	5	6	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	6	5	5	4	4	5	6	5	4	5	5	5	4	4	137	
63	7	4	4	6	6	6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	6	5	5	5	6	7	6	4	5	4	5	5	5	5	152	
64	5	6	6	4	4	4	4	4	6	3	3	4	4	4	4	6	6	4	6	6	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	132	
65	6	7	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	182	
66	5	6	4	4	5	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	6	6	4	4	4	4	5	5	4	6	4	4	4	4	134	
67	7	7	3	4	4	3	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	7	5	4	4	4	4	6	6	4	5	4	4	6	5	4	148
68	6	6	2	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	4	4	4	4	4	6	6	6	6	4	4	4	4	132
69	6	7	5	5	5	6	6	5	4	4	4	5	5	6	6	7	6	5	5	6	5	4	5	6	5	7	7	6	5	5	163	
70	4	4	3	4	4	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	7	6	6	4	4	4	6	6	4	4	6	4	4	4	129	
71	4	5	3	4	5	3	7	6	5	6	7	4	3	3	5	6	5	7	6	5	6	5	7	4	6	5	7	5	5	5	154	

72	5	4	6	5	5	3	5	5	6	5	7	4	4	6	6	4	6	6	7	7	6	5	5	3	4	4	6	6	5	6	156	
73	5	5	4	4	6	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	6	4	4	4	4	6	6	7	7	6	6	4	4	4	145	
74	6	7	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	186		
75	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	6	136	
76	6	6	5	6	5	6	6	7	5	6	6	5	5	6	5	5	4	5	6	5	4	6	5	5	6	5	6	5	5	6	163	
77	7	6	5	6	6	7	6	5	6	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	7	6	5	6	5	5	6	5	155	
78	7	7	4	7	7	3	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	7	7	4	4	4	6	6	7	7	4	4	4	5	5	169	
79	5	5	6	7	6	7	7	6	6	6	6	5	5	5	5	5	7	6	6	5	6	6	7	6	5	5	6	5	4	5	171	
80	4	4	4	4	4	5	5	5	4	6	6	6	6	6	6	4	7	7	7	5	4	5	7	4	4	4	4	4	4	149		
81	6	5	5	4	5	4	6	5	5	4	5	4	6	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	139		
82	4	7	7	7	5	5	2	3	5	4	6	5	7	5	6	4	7	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	6	6	5	7	150
83	6	5	4	4	3	5	7	5	6	4	6	7	4	5	6	3	6	5	6	5	7	4	7	6	5	7	5	7	5	7	162	
84	4	3	2	3	2	3	5	3	4	2	3	2	1	3	1	2	2	1	3	2	2	4	2	4	3	2	2	3	3	2	78	
85	6	5	5	5	4	6	6	4	6	4	4	6	6	6	4	4	4	4	4	6	5	6	7	4	4	5	5	4	5	5	149	
86	3	2	4	1	4	2	4	3	2	4	2	4	2	4	3	2	5	3	1	3	2	2	1	4	2	4	3	4	3	2	85	
87	5	4	4	5	4	3	7	4	5	3	3	7	6	6	6	1	6	7	5	4	1	1	2	7	7	7	2	7	2	1	132	
88	6	6	4	4	6	3	4	7	6	5	6	4	4	5	4	6	5	5	6	3	5	5	6	4	5	4	5	4	5	4	146	
89	6	5	4	7	5	4	4	6	5	4	7	7	6	6	5	5	5	4	4	7	3	4	4	4	6	6	7	5	5	5	155	
90	5	4	2	3	4	2	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	7	6	4	4	4	4	5	7	5	6	5	4	3	3	4	133
91	6	6	7	5	6	7	4	5	5	6	6	6	6	4	7	7	6	7	7	6	5	6	5	5	7	5	6	7	6	6	177	
92	4	5	6	7	6	5	4	5	6	4	5	4	5	4	5	6	7	7	4	5	5	6	4	4	7	5	6	7	6	5	159	
93	4	7	5	6	5	6	3	7	4	4	5	5	5	5	5	5	6	4	5	5	5	6	5	4	7	4	5	6	5	5	148	
94	5	6	6	6	7	5	3	7	5	3	6	7	5	6	6	5	7	4	5	6	6	6	4	5	6	6	5	7	6	4	165	
95	7	5	5	6	5	5	6	4	5	7	7	6	6	4	7	6	5	5	6	6	6	7	6	5	6	6	4	7	7	5	172	
96	4	5	4	4	7	5	5	4	7	6	6	6	6	4	7	6	6	6	6	6	4	3	6	5	6	7	7	5	4	6	163	

97	6	6	6	7	7	4	4	4	6	5	6	6	7	5	7	6	6	7	5	5	7	4	7	6	7	7	6	6	5	6	176
98	4	7	7	6	6	5	7	5	6	4	6	5	5	6	6	7	5	5	4	5	3	3	7	6	6	5	5	6	5	7	164
99	4	7	5	6	6	6	3	6	6	6	5	4	4	6	6	6	6	4	7	4	5	5	4	7	6	6	5	6	5	162	
100	6	7	5	5	5	6	4	6	5	7	4	4	4	4	5	6	6	6	4	7	5	6	4	4	7	5	7	7	6	5	162

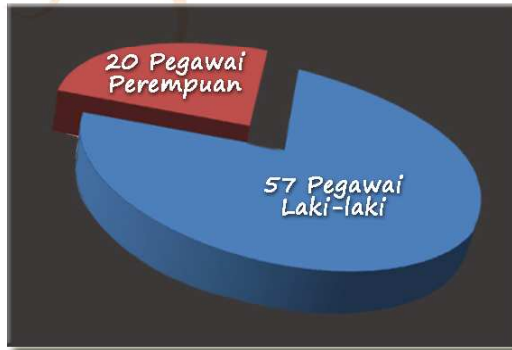
HASIL ANGKET KEPUASAN KONSUMEN											
no	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	jumlah
1	6	5	4	3	7	7	4	4	7	5	52
2	4	3	5	5	4	6	4	3	4	6	44
3	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	53
4	7	7	5	7	6	7	7	7	6	6	65
5	7	7	7	7	7	7	4	5	5	7	63
6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	52
7	5	6	6	5	5	6	6	5	5	5	54
8	6	5	5	7	5	5	6	6	6	5	56
9	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
10	6	4	3	4	4	7	5	5	5	7	50
11	4	7	4	4	4	4	7	7	7	7	55
12	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	63
13	7	6	6	6	6	7	6	4	4	6	58
14	7	7	7	7	7	7	7	4	4	7	64
15	7	7	6	6	4	4	4	4	4	4	50
16	6	3	4	4	4	7	3	4	4	5	44
17	4	5	4	6	5	5	7	5	5	6	52
18	5	4	4	6	4	7	4	3	3	5	45
19	2	3	5	6	5	7	3	2	3	6	42
20	5	3	3	4	4	5	4	5	6	6	45
21	6	5	5	6	5	4	5	4	5	6	51
22	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	64
23	5	5	5	4	5	6	5	5	4	4	48
24	5	5	5	4	5	6	5	5	4	5	49
25	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	63
26	5	4	5	5	4	4	6	6	6	6	51
27	6	6	5	6	5	6	4	6	7	5	56
28	4	4	5	6	6	5	5	4	5	6	50
29	5	6	5	7	6	5	5	4	4	4	51
30	5	5	5	5	6	7	4	4	4	4	49
31	4	6	5	4	5	6	6	4	4	5	49
32	4	4	4	5	4	4	1	3	3	4	36
33	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70
34	5	4	6	7	7	6	4	3	3	4	49
35	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70
36	5	5	4	4	6	7	2	2	2	4	41
37	4	4	4	6	5	5	5	4	4	6	47
38	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
39	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	42
40	2	2	3	4	5	5	3	5	5	4	38
41	4	4	5	5	6	5	5	4	6	6	50

42	4	4	6	4	5	4	3	3	6	6	45
43	5	4	4	3	3	4	3	3	5	4	38
44	6	5	4	6	4	4	6	6	6	6	53
45	4	6	7	5	7	5	4	4	7	7	56
46	4	4	5	6	4	6	4	5	4	6	48
47	4	4	6	7	7	6	6	5	4	7	56
48	5	3	4	5	5	4	3	4	4	6	43
49	5	6	6	5	7	6	4	5	6	4	54
50	6	5	4	6	5	4	5	5	4	6	50
51	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	57
52	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
53	5	7	4	6	6	5	7	4	6	5	55
54	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
55	5	6	4	4	4	5	5	5	5	4	47
56	6	4	4	4	3	5	2	2	2	5	37
57	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	50
58	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	65
59	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	42
60	6	5	5	5	4	6	5	5	6	5	52
61	4	3	4	5	4	5	1	1	3	2	32
62	5	4	4	5	4	4	6	6	5	6	49
63	5	5	6	6	5	5	4	4	4	4	48
64	6	6	6	6	4	6	6	6	1	6	53
65	6	6	6	6	6	6	5	4	5	6	56
66	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
67	6	4	4	4	4	3	4	6	5	6	46
68	3	3	4	4	4	6	4	4	4	4	40
69	4	4	6	5	5	5	6	7	6	6	54
70	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	40
71	4	5	7	6	4	6	4	6	5	6	53
72	5	5	4	5	6	5	5	5	6	6	52
73	4	4	4	4	6	6	4	4	4	4	44
74	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	61
75	5	4	4	5	6	6	6	5	5	6	52
76	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	53
77	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
78	4	4	4	5	5	5	5	6	4	6	48
79	5	5	5	4	5	6	5	5	6	5	51
80	4	4	4	4	4	4	4	4	5	6	43
81	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
82	3	5	7	7	4	5	5	4	3	3	46
83	5	6	5	5	4	5	5	7	4	6	52
84	1	2	2	2	3	3	1	2	1	2	19

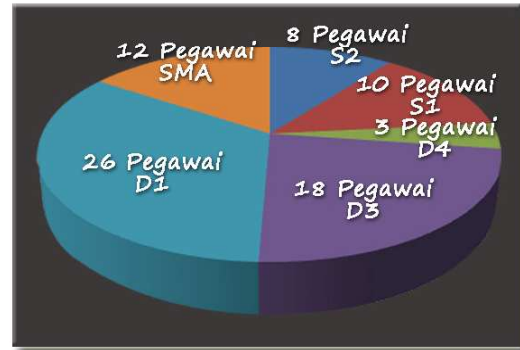
85	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	39
86	1	1	1	3	4	1	2	3	2	3	21
87	3	1	6	5	5	4	6	5	6	3	44
88	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	43
89	5	7	5	5	6	5	5	2	3	2	45
90	4	4	3	5	4	6	3	4	5	6	44
91	7	4	5	5	6	6	6	6	4	7	56
92	4	5	4	5	4	5	6	7	7	4	51
93	5	5	5	5	5	6	4	5	5	5	50
94	6	6	7	5	3	7	5	3	6	7	55
95	6	4	7	6	5	5	6	6	6	7	58
96	4	4	7	5	5	4	7	6	6	6	54
97	6	5	6	6	7	5	7	6	6	7	61
98	7	5	6	4	6	5	5	6	6	7	57
99	6	6	6	3	6	6	6	5	4	4	52
100	6	7	5	5	5	6	4	6	5	7	56

Sumber Daya Manusia

Jumlah pegawai KPP Pratama Malang Selatan sampai dengan Agustus 2010 adalah berjumlah 77 orang pegawai dengan komposisi sebagai berikut :



Berdasarkan Jenis Kelamin



Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan Distribusi Pegawai

Seksi	Jumlah	%
Kepala Kantor	1	1%
Sub Bagian Umum	7	9%
PDI	8	10%
Ekstensifikasi	7	9%
Pelayanan	12	16%
Penagihan	5	6%
Pemeriksaan	3	3%
Waskon I	7	9%
Waskon II	5	6%
Waskon III	6	8%
Pemeriksa Pajak	15	19%
Penilai PBB	2	3%
TOTAL	77	100%