



---

---

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1. Latar Belakang Masalah

Pelaksanaan Undang-Undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 1999 dan Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1999 telah menyebabkan perubahan yang mendasar mengenai pengaturan hubungan Pusat dan Daerah, khususnya dalam bidang administrasi pemerintahan maupun dalam hubungan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, yang dikenal sebagai era otonomi daerah. Dalam era otonomi daerah sekarang ini, daerah diberikan kewenangan yang lebih besar untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri.

Tujuannya antara lain adalah untuk lebih mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, memudahkan masyarakat untuk memantau dan mengontrol penggunaan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), juga untuk menciptakan persaingan yang sehat antar daerah dan mendorong timbulnya inovasi.

Dalam rangka meningkatkan kemampuan keuangan daerah agar dapat melaksanakan otonomi, Pemerintah melakukan berbagai kebijakan perpajakan daerah, diantaranya dengan menetapkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 34 Tahun 2000 tentang perubahan atas Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pemberian kewenangan dalam pengenaan pajak dan retribusi daerah diharapkan dapat lebih



## PENDAHULUAN

---

mendorong Pemerintah Daerah terus berupaya untuk mengoptimalkan PAD, khususnya yang berasal dari pajak daerah. Dalam upaya mendukung pelaksanaan pembangunan nasional, pemerintah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan otonomi daerah dengan mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

Seiring dengan diberlakukannya otonomi daerah, maka dikenal pula istilah desentralisasi fiskal. Desentralisasi fiskal berarti pendelegasian kewenangan dan tanggung jawab fiskal dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah. Dengan diberlakukannya kebijakan desentralisasi fiskal, maka daerah diberikan kebebasan untuk mengatur sistem pembiayaan dan pembangunan daerahnya sesuai dengan potensi dan kapasitasnya masing-masing.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah mengisyaratkan bahwa dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah dan desentralisasi fiskal, pemerintah daerah diberi keleluasaan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber penerimaan daerah yang dimilikinya sesuai dengan aspirasi masyarakat daerah. Untuk melaksanakan dan menyelenggarakan otonomi daerah secara luas, nyata dan bertanggung jawab diperlukan kewenangan dan kemampuan daerah untuk menggali sumber-sumber keuangan sendiri yang didukung oleh perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah



daerah. Dengan demikian, pemerintah daerah harus mampu menggali sumber-sumber keuangan sendiri agar dapat melaksanakan fungsinya secara efektif dan efisien, yakni dalam bidang pemerintahan dan pelayanan umum kepada masyarakat, salah satunya adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Perimbangan keuangan pemerintah pusat dan daerah adalah sistem pembagian keuangan yang adil, proporsional, demokratis, transparan, dan bertanggung jawab dalam rangka pendanaan penyelenggaraan desentralisasi, dengan mempertimbangkan potensi, kondisi, dan kebutuhan daerah serta besaran penyelenggaraan dekonsentrasi dan tugas pembantuan. (UU.No 32 Tahun 2004).

Pengertian pendapatan asli daerah menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 yaitu sumber keuangan daerah yang digali dari wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Pendapatan Asli Daerah yang salah satunya adalah Pajak Kendaraan Bermotor merupakan pendapatan terbesar dari sektor pajak daerah, meskipun setiap tahun target ditingkatkan.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah selanjutnya disingkat dengan sebutan UU No. 28/ 2009 merupakan undang-undang terbaru yang mengatur pajak dan retribusi daerah menggantikan UU No. 18/1997 sebagaimana telah diubah dengan UU No. 34/2000.



Guna memperjelasnya akan dipaparkan secara normatif menunjukkan bahwa perubahan undang-undang tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah memperlihatkan adanya tuntutan dinamika terhadap jenis pajak sebagaimana tertera pada tabel 1.1 adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Jenis Pajak Daerah Berdasarkan UU Keberlakuannya**

No.	Jenis Pajak dan Retribusi Daerah	UU No. 18/1997	UU No. 34/2000	UU No. 28/2009
I.	Pajak Daerah Provinsi			
	Pajak Kendaraan Bermotor	√	√	√
	Bea Balik Nama Kendaraan	√	√	√
	Pajak Bahan Bakar Kendaraan	√	√	√
	Pajak Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan	-	√	-
	Pajak Air Permukaan	-	-	√
	Pajak Rokok	-	-	√
II.	Pajak Daerah Kabupaten/Kota	√	√	√
	Pajak Hotel dan Restoran	√	√	-
	Pajak Hiburan	√	√	√
	Pajak Reklame	√	√	√
	Pajak Penerangan Jalan	√	√	√
	Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian Golongan C	√	√	√
	Pajak Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan	√	-	-
	Pajak Parkir	-	√	√
	Pajak Hotel	-	-	√
	Pajak Restoran	-	-	√
	Pajak Air Tanah	-	-	√
	Pajak Mineral Bukan Logam	-	-	√
	Pajak Sarang Burung Walet	-	-	√
	Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	-	-	√

Sumber : Data Olahan Dari UU No. 18/1997, UU No. 34/2000, UU No. 28/2009

Berdasarkan tabel 1.1. tersebut diketahui bahwa Dinamika kebijakan pajak daerah dan retribusi daerah yang diwujudkan oleh UU yang telah diubah dan diganti terakhir oleh UU No. 28/2009 mencerminkan upaya untuk mendorong



## PENDAHULUAN

daerah agar optimal menggali potensi daerah sebagai sumber pendapatan asli daerah, salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yang merupakan salah satu komponen pajak yang memberikan kontribusi optimal bagi Pemerintah Daerah, berdasarkan hal itulah maka pada tahun 2012, Pemerintah Provinsi Jawa Timur menargetkan pendapatan pajak kendaraan bermotor sebesar Rp 7 Triliun lebih besar dari tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp 6,133 Triliun. Peningkatan pendapatan pajak dari kendaraan bermotor ini diperoleh dari jumlah 10 juta kendaraan yang beredar di Jawa Timur serta sejak diberlakukannya pajak progresif yang dimulai tahun 2011 (bappeda.jatimprov.go.id).

Undang-Undang 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, jenis pajak daerah terbagi menjadi dua bagian yaitu : 1) Pajak provinsi dan 2) Pajak kabupaten/kota. Pajak daerah yang ditarik dan dikelola oleh pemerintah provinsi salah satunya adalah Pajak Kendaraan Bermotor. Dewasa ini sarana transportasi menjadi salah satu aspek yang sangat dibutuhkan masyarakat. Semakin banyaknya fasilitas jalan raya yang dibangun pemerintah menyebabkan keinginan masyarakat akan kepemilikan kendaraan bermotor semakin tinggi.

Perkembangan dunia usaha dengan kemudahan kredit dari suatu persekutuan dagang atas kepemilikan kendaraan bermotor juga mempengaruhi masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor. Dengan demikian beban pajak





yang akan ditanggung oleh pemilik kendaraan bermotor tersebut semakin besar dan akan memberikan kontribusi yang besar pula bagi penerimaan kas daerah.<sup>1</sup>

Sistem pemungutan Pajak kendaraan bermotor yaitu dengan mengaitkan pada pendaftaran STNK, pengesahan STNK, serta perpanjangan STNK, termasuk pungutan lainnya seperti asuransi Jasa Raharja dan pungutan parkir berlangganan yang diberlakukan pada 1 Januari 2012. Sistem pemungutan ini dilaksanakan pada satu kantor yang dinamakan Kantor Bersama SAMSAT (Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap).

Transparansi pelayanan pengurusan SIM (Surat Izin Mengemudi), STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), dan BPKB (Buku Pemilik Kendaraan Bermotor) merupakan salah satu program unggulan *Quick Wins* yang dicanangkan oleh POLRI (Kepolisian Republik Indonesia) sebagai upaya dalam pelaksanaan reformasi birokrasi di bidang pelayanan publik, sehingga sebagai salah satu bentuk penerapan dan pelaksanaan program *Quick Wins*, Kantor Bersama SAMSAT Provinsi Jawa Timur memiliki beberapa layanan unggulan dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, sederhana dan transparan kepada masyarakat<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Margono, Sri. 2006. *Pelayanan Pembentukan Pajak Kendaraan Bermotor Ditinjau dari Penegakan Hukum Di Kantor Samsat Klaten*. Tesis. Klaten: Universitas Muhammadiyah

<sup>2</sup> Pramana, Egie. 2010. *Implementasi sistem Pemungutan Pajak Kendaraan (PKB) Melalui Layanan Drive Thru Dan Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Karya Ilmiah. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang

PENDAHULUAN

---

---

Layanan Samsat keliling merupakan salah satu program unggulan kantor Bersama SAMSAT Provinsi Jawa Timur. Keunggulan dari sistem ini yaitu tidak hanya bisa dinikmati oleh masyarakat sekitar mobil saja, masyarakat luar kota juga bisa menikmati layanan ini karena dilengkapi dengan fasilitas link. Tujuan dalam inovasi ini, yaitu kepada masyarakat serta memudahkan masyarakat yang berdomisili jauh dari Kantor Samsat setempat ([surabayapagi.com](http://surabayapagi.com)). Oleh karena itu, untuk mencapai target pendapatan pajak, samsat keliling Kabupaten Gresik memberikan keleluasaan kepada wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor, yaitu dengan adanya layanan siang dan malam. Pada siang hari wajib pajak yang sibuk dengan pekerjaan masing-masing dapat membayar pajak kendaraan bermotor pada malam hari ([regional.kompas.com](http://regional.kompas.com))

Kepercayaan yang dimaksud adalah masyarakat tidak hanya mempercayai akan fungsi dan peran dari lembaga itu sendiri, tetapi bagaimana lembaga pelayanan masyarakat itu mampu melayani masyarakat dan menjadi suatu kesatuan kemitraan yang saling membutuhkan sehingga kepercayaan yang masyarakat berikan untuk mendapatkan layanan seperti peraturan yang berlaku dapat meningkatkan minat masyarakat.

Kualitas layanan adalah salah satu atribut penting dalam lembaga jasa yang melayani masyarakat (*public service*), seperti layanan pajak, di samping masalah legalitas, pendapatan negara, maupun pendapatan daerah. Pelayanan yang berkualitas tentu saja tidak sebatas senyum ramah dari petugas *teller* atau



*customer service* saja tetapi lebih dari itu. Menurut Parasuraman et.al<sup>3</sup> ada lima dimensi yang relevan untuk menjelaskan kualitas pelayanan yang di kenal dengan model SERVQUAL (*service quality*) yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan kunci utama untuk meningkatkan minat wajib pajak yang pada akhirnya berujung pada tercapainya pajak pendapatan daerah Provinsi maupun kabupaten.

Keberadaan realisasi pencapaian target perolehan PKB di kabupaten Gresik ini, menjadikan peneliti tertarik untuk dikaji lebih mendalam dengan dasar empiris dari data yang ada di provinsi Jawa Timur, khususnya kota kabupaten besar di Gerbangkertasusila, dimana realisasi pencapaian target di kabupaten Gresik cukup signifikan, data persentase pencapaian realisasi target PKB adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2.

**Realisasi PKB kota se Gerbang Kertasusila  
Tahun Anggaran 2010/2011-2012/2013**

No	Kabupaten/Kota	2010/2011	2011/2012	2012/2013
	1	2	3	4
1	Sidoarjo	84,3%	83,7%	86,2%
2	Mojokerto	77,6%	74,9%	82,2%
3	Lamongan	81,3%	82,4%	82,2%
4	Gresik	105,12%	100,42%	109,08%
5	Bangkalan	77,6%	74,9%	82,2%
6	Mojokerto	82,6%	84,8%	84,7%
7	Surabaya	91,3%	87,1%	93,3%

Sumber : Susenas Tahun 2010-2011 dan Susenas Tahun 2012- 2013

<sup>3</sup> Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York





Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa kabupaten Gresik merupakan salah satu kabupaten kota di wilayah Gerbangkertasusila, yang memiliki konsistensi untuk selalu meningkat/naik dalam realisasi pencapaian target PKB yang telah ditetapkan hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengkaji pencapaian prestasi di kabupaten Gresik dalam hal pencapaian realisasi PKB pada periode 2010/2011 sampai dengan 2012/2013.

Deskripsi target dan realisasi dari penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di kantor pelayanan SAMSAT kabupaten Gresik akan dikemukakan tabulasi data target dan realisasi penerimaan PKB adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3.**  
**Target dan Realisasi PKB Kabupaten Gresik**  
**Tahun Anggaran 2010/2011-2012/2013**

<b>Tahun</b>	<b>Unit</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Pencapaian (%)</b>
2010/2011	26.136	33.298.650.400	35.005.062.829	105,12%
2011/2012	28.687	35.871.050.630	36.023.775.171	100,42%
2012/2013	30.774	41.122.252.555	44.859.951.679	109,08%

Sumber: Kantor SAMSAT Kabupaten Gresik, 2014

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa realisasi pencapaian target penarikan Pajak Kendaraan Bermotor di kabupaten Gresik dari periode tahun 2010/2011 sampai dengan 2012/2013 cenderung meningkat, dimana pada periode tahun 2010/2011 pencapaian sebesar 105,12%, selanjutnya periode tahun 2011/2012 pencapaian sebesar 100,42% dan periode tahun 2012/2013 pencapaian sebesar 109,08%.

Kondisi peningkatan pencapaian target penerimaan pajak Pajak Kendaraan Bermotor di kabupaten Gresik ini, setelah diobservasi diketahui bahwa



peningkatan realisasi pencapaian target PKB tersebut tidak sepenuhnya dapat optimal dikarenakan beberapa hal, yaitu : program inovasi tidak berjalan, belum disosialisasikan dengan baik, minat dan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak tepat waktu belum sepenuhnya tumbuh

Berikut akan dikemukakan tabulasi perbandingan antara pencapaian target penarikan Pajak Kendaraan Bermotor di kabupaten Gresik, baik yang melalui Kantor Bersama SAMSAT ataupun layanan SAMSAT keliling.

**Tabel 1.4.**

**Realisasi PKB Kabupaten Gresik berdasarkan Pengurusan layanan  
Di Kantor Bersama SAMSAT dan SAMSAT keliling  
Tahun Anggaran 2010/2011-2012/2013**

Tahun	Kantor Bersama SAMSAT		SAMSAT keliling	
	Unit	Perbandingan (%)	Unit	Perbandingan (%)
2011/2012	27.634	96,32%	1053	3,68%
2012/2013	29.537	95,98%	1237	4,02%

Sumber: Kantor SAMSAT Kabupaten Gresik, 2014

Berdasarkan tabulasi data pada tabel 1.4 dapat diketahui perbandingan persentase wajib pajak yang melakukan pembayaran PKB di Kantor Bersama SAMSAT dengan persentase wajib pajak yang melakukan pembayaran PKB di SAMSAT Keliling, diketahui pada periode tahun 2011/2012, hanya sebesar 3,68% Wajib Pajak yang melakukan pembayaran PKB kendaraannya di SAMSAT Keliling dibandingkan wajib pajak yang melakukan pembayaran PKB kendaraannya di kantor bersama SAMSAT, sedangkan pada tahun berikutnya yakni periode tahun 2012/2013, perbandingannya hanya meningkat sedikit yakni menjadi 4,02% Wajib Pajak yang melakukan pembayaran di SAMSAT Keliling di Kabupaten Gresik. Realitas perbandingan Wajib Pajak yang melakukan

PENDAHULUAN

---

---

pembayaran PKB kendaraannya di SAMSAT Keliling dibandingkan wajib pajak yang melakukan pembayaran PKB kendaraannya di kantor bersama SAMSAT inilah yang menarik minat peneliti untuk mengkaji lebih jauh, dalam hal minimnya para Wajib Pajak memanfaatkan layanan publik berupa SAMSAT Keliling yang semestinya dapat memudahkan mereka untuk membayar pajak, tetapi realisasinya mengalami peningkatan yang cenderung tidak optimal.

Peningkatan persentase perbandingan Wajib Pajak yang menggunakan layanan SAMSAT Keliling dibandingkan dengan membayar pajak di Kantor Bersama SAMSAT yang masih sedikit ini, atau masih belum optimal dari perbandingan sebesar 3,68% yang meningkat sebesar 0,34 % menjadi sebesar hanya 4,02% inilah yang menunjukkan sedikitnya persentase peningkatan minat wajib pajak dalam menggunakan layanan SAMSAT Keliling belum sesuai dengan harapan, sehingga hal ini bila dibiarkan berlarut-larut maka secara langsung ataupun tidak langsung akan menyebabkan pencapaian realisasi dari target pendapatan daerah dari sektor PKB belum sepenuhnya tercapai.

Keberadaan pelayanan SAMSAT di kabupaten Gresik pada dasarnya sudah menjalankan sebuah upaya dengan sistem menjemput bola yakni dengan adanya program SAMSAT keliling, yang beroperasi dari satu wilayah ke wilayah lainnya di kabupaten Gresik, sehingga dengan keberadaan SAMSAT keliling ini diharapkan pemasukan kas pemerintah daerah kabupaten Gresik melalui pajak kendaraan bermotor dapat tercapai sesuai realisasi yang ditetapkan, kondisi inilah yang menjadikan minat peneliti untuk mengkaji program layanan publik



perpanjangan pajak STNK keliling di kabupaten Gresik apakah sudah diminati atau tidak oleh para wajib pajak atau pemilik kendaraan bermotor di kabupaten Gresik.

Berdasarkan fenomena masih rendahnya minat masyarakat menggunakan pelayanan publik untuk jenis layanan pembayaran pajak melalui SAMSAT keliling (STNK keliling) tersebut maka peneliti ingin meneliti tentang “Kualitas Pelayanan Perpanjangan Pajak melalui Layanan Publik STNK Keliling di Gresik”.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah kualitas pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui layanan publik STNK keliling di kabupaten Gresik?

## **I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **I.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan pembayaran pajak melalui layanan publik STNK keliling di kabupaten Gresik.

### **I.3.2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, yaitu :



1. Sebagai bahan referensi bagi pihak kantor bersama SAMSAT Kabupaten Gresik dalam meningkatkan kualitas layanan publik kepada masyarakat.
2. Sebagai bahan acuan dan bahan pustaka bagi penulis dan pihak yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang topik dan masalah yang sama di masa yang akan datang.

#### **I.4. Kerangka Konseptual**

##### **I.4.1. Konsep Kualitas layanan**

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori "Quality" yang dikemukakan oleh Marcel<sup>4</sup> bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan.

Stemvelt<sup>5</sup> menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi

---

<sup>4</sup> Marcel, Davidson, 2003. *Service Quality in Concept and Theory*. Published by American Press, USA.

<sup>5</sup> Stemvelt, Robert C., 2004. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts.





suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Teori "tujuan" yang dikembangkan oleh Samuelson<sup>6</sup> bahwa tujuan adalah asumsi kepuasan yang disesuaikan dengan tingkat kualitas layanan.

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami di dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang mengada-ada, tetapi harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*International Standardization Organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.

Yong dan Loh<sup>7</sup> memberikan suatu pengertian bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu kecocokan untuk penggunaan (*fitness for yours*) yang bertujuan untuk menemukan suatu pemikiran yang jelas dari proses pemikiran yang melahirkan adanya suatu pemahaman yang tidak sulit untuk dipahami,

---

<sup>6</sup> Samuelson, Jeniston, 2000. *Application of Quality Service Theory*. Published by John Wiley and Sons, USA

<sup>7</sup> Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, L., 2003. (Diterjemahkan oleh Sutanto). *The Quest for Global Quality*. Pustaka Delapratasa, Jakarta.



karena tujuannya jelas dan prosesnya merupakan *continue quality improvement* (proses yang berkelanjutan).

Tinjauan mengenai konsep kualitas layanan sangat ditentukan oleh berapa besar kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang harus diterima. Menurut Parasuraman<sup>8</sup> bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Selain itu, pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan ( $E_p = \textit{Expectation}$ ) dan pelayanan yang dirasakan ( $P_p = \textit{Perception}$ ) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan. Lebih jelasnya dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

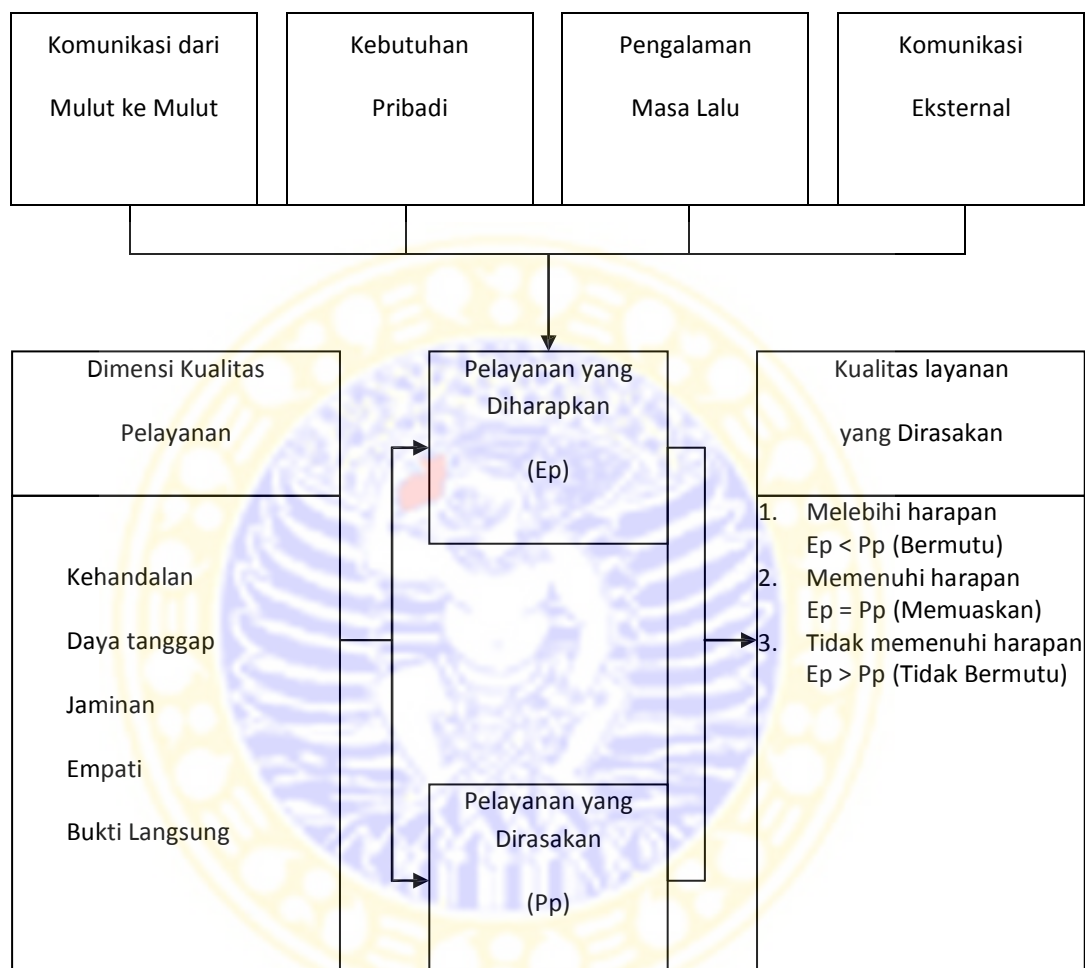
---

<sup>8</sup> Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.



Gambar 1.1

## Penilaian Pelanggan terhadap Kualitas layanan



Sumber: Parasuraman

Parasuraman<sup>9</sup> menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan

<sup>9</sup> Ibid



sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Konsep kualitas layanan dari harapan yang diharapkan seperti dikemukakan di atas, ditentukan oleh empat faktor, yang saling terkait dalam memberikan suatu persepsi yang jelas dari harapan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan. Keempat faktor tersebut adalah:

1. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*), faktor ini sangat menentukan dalam pembentukan harapan pelanggan atas suatu jasa/pelayanan. Pemilihan untuk mengkonsumsi suatu jasa/pelayanan yang bermutu dalam banyak kasus dipengaruhi oleh informasi dari mulut ke mulut yang diperoleh dari pelanggan yang telah mengkonsumsi jasa tersebut sebelumnya.
2. Kebutuhan pribadi (*personal need*), yaitu harapan pelanggan bervariasi tergantung pada karakteristik dan keadaan individu yang memengaruhi kebutuhan pribadinya.
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*), yaitu pengalaman pelanggan merasakan suatu pelayanan jasa tertentu di masa lalu memengaruhi tingkat harapannya untuk memperoleh pelayanan jasa yang sama di masa kini dan yang akan datang.
4. Komunikasi eksternal (*company's external communication*) yaitu komunikasi eksternal yang digunakan oleh organisasi jasa sebagai pemberi pelayanan



melalui berbagai bentuk upaya promosi juga memegang peranan dalam pembentukan harapan pelanggan.

Berdasarkan pengertian di atas terdapat tiga tingkat konsep kualitas layanan yaitu:

1. Bermutu (*quality surprise*), bila kenyataan pelayanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
2. Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan.
3. Tidak bermutu (*unacceptable quality*), bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

Uraian tersebut di atas, menjadi suatu penilaian di dalam menentukan berbagai macam model pengukuran kualitas layanan. Peter<sup>10</sup> menyatakan bahwa untuk mengukur konsep kualitas layanan, maka dilihat dari enam tinjauan yang menjadi suatu penilaian dalam mengetahui konsep kualitas layanan yang diadopsi dari temuan-temuan hasil penelitian antara lain sebagai berikut:

1. *Gronroos Perceived Service Quality Model* yang dibuat oleh *Gronroos*. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan mengukur harapan akan kualitas layanan (*expected quality*) dengan pengalaman kualitas layanan yang diterima (*experienced quality*) dan antara kualitas teknis (*technical quality*) dengan kualitas fungsi (*functional quality*). Titik fokus dalam perbandingan itu

<sup>10</sup> Peter, J.H., 2003. *Service Management in Managing The Image*. Trisakti University, Jakarta.





menggunakan citra organisasi jasa (*corporate image*) pemberi jasa. Citra organisasi jasa menurut Gronroos sangat memengaruhi harapan dan pengalaman pelanggan, sehingga dari keduanya akan melahirkan konsep kualitas layanan secara total.

2. *Heskett's Service Profit Chain Model*. Model ini dikembangkan oleh Heskett's<sup>11</sup> dengan membuat rantai nilai profit. Dalam rantai nilai tersebut dijelaskan bahwa kualitas layanan internal (*internal quality service*) lahir dari karyawan yang puas (*employee satisfaction*). Karyawan yang puas akan memberi dampak pada ketahanan karyawan (*employee retention*) dan produktivitas karyawan (*employee productivity*), yang pada gilirannya akan melahirkan kualitas layanan eksternal yang baik. Kualitas layanan eksternal yang baik akan melahirkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), dan pada akhirnya meningkatkan penjualan dan profitabilitas.
3. *Normann's Service Management System*. Model ini dikembangkan oleh Normann's<sup>12</sup> yang menyatakan bahwa sesungguhnya jasa itu ditentukan oleh partisipasi dari pelanggan, dan evaluasi terhadap kualitas layanan tergantung pada interaksi dengan pelanggan. Sistem manajemen pelayanan bertitik tolak pada budaya dan filosofi yang ada dalam suatu organisasi jasa.

---

<sup>11</sup> Heskett, Robert, 1990. *Service Profit Chain Model*. Prentice Hall, California Press

<sup>12</sup> Norman, Davis, 1992. *Service Management System*. Prentice Hall Ohio University Press, USA.



4. *European Foundation for Quality Management Model (EFQM Model)*. Model ini dikembangkan oleh Yayasan Eropa untuk Management Mutu dan telah diterima secara internasional. Model ini ditemukan setelah lembaga tersebut melakukan survei terhadap organisasi jasa yang sukses di Eropa. Organisasi dan hasil (*organization and results*) merupakan titik tolak model ini, di mana kualitas layanan ditentukan oleh faktor kepemimpinan (*leadership*) dalam mengelola sumberdaya manusia, strategi dan kebijakan, dan sumberdaya lain yang dimiliki organisasi. Proses secara baik terhadap faktor-faktor tersebut akan melahirkan kepuasan kepada karyawan, kepuasan kepada pelanggan dan dampak sosial yang berarti, dan ketiganya merupakan hasil bisnis yang sebenarnya.
5. *Service Performance Model (SERPERF Model)*. Model ini dikembangkan oleh Cronin dan Taylor yang mengukur tingkat kualitas layanan berdasarkan apa yang diharapkan oleh pelanggan (*expectation*) dibandingkan dengan ukuran kinerja (*performance*) yang diberikan oleh organisasi jasa dan derajat kepentingan (*importance*) yang dikehendaki oleh pelanggan<sup>13</sup>.
6. *Service Quality Model (SERVQUAL Model)*. Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Pengukuran dalam model ini menggunakan skala perbandingan multidimensional antara harapan (*expectation*) dengan persepsi tentang kinerja (*performance*).

---

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : ANDI, 1996



Uraian tersebut di atas memberikan suatu pemahaman yang kuat bahwa di dalam menumbuhkan adanya konsep kualitas layanan kepada pelanggan, maka pihak organisasi layanan jasa harus menumbuhkan dan memberikan kekuatan terhadap pentingnya kualitas layanan yang diberikan. Sesungguhnya kualitas layanan merupakan kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil yang diterima oleh pelanggan dalam rangka memenuhi tingkat kepuasannya.

Menurut Gaspersz<sup>14</sup> pengertian dasar dari kualitas menunjukkan bahwa kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu jasa seperti performansi (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*ease of use*), estetika (*esthetics*) dan sebagainya, seperti kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil.

Di samping pengertian kualitas seperti telah disebutkan di atas, kualitas juga diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan dan upaya perubahan ke arah perbaikan terus-menerus, sehingga dikenal istilah “*Q-MATCH*” (*Quality = Meets Agreed Terms and Changes*).

Dalam definisi tentang kualitas, baik yang konvensional maupun yang strategis, dikatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok berikut:

---

<sup>14</sup> Gaspersz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



1. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan jasa, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan jasa itu.
2. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Berdasarkan pengertian dasar tentang kualitas di atas, tampak bahwa kualitas selalu berfokus pada pelayanan pelanggan (*customer service focused quality*). Dengan demikian jasa-jasa didesain sedemikian rupa serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu jasa yang dihasilkan baru dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dimanfaatkan dengan baik, serta dijasasi (dihasilkan) dengan cara yang baik dan benar.

Dekker<sup>15</sup> pada dasarnya sistem kualitas modern itu dibagi menjadi tiga yaitu kualitas desain, kualitas konfirmasi dan kualitas layanan. Lebih jelasnya diuraikan bahwa:

1. Kualitas desain, pada dasarnya mengacu kepada aktivitas yang menjamin bahwa jasa baru atau jasa yang dimodifikasi, didesain sedemikian rupa untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan serta secara ekonomis layak

---

<sup>15</sup> Dekker, A. Steven, 2001. *Measure Service Quality: Reexamination and Extension*. Journal of Marketing. Vol. 56. July, 55-68. (Diterjemahkan oleh Sutanto).



untuk dikerjakan. Dengan demikian, kualitas desain adalah kualitas yang direncanakan. Kualitas desain itu akan menentukan spesifikasi jasa dan merupakan dasar pembuatan keputusan yang berkaitan dengan pelayanan, spesifikasi penggunaan, serta pelayanan purna jual. Kualitas desain pada umumnya merupakan tanggungjawab pada Bagian Riset dan Pengembangan (R&D), Rekayasa Proses (*Process Engineering*), Riset Pasar (*Market Research*) dan bagian-bagian lain yang berkaitan.

2. Kualitas Konformansi mengacu kepada pembuatan jasa atau pemberian jasa layanan yang memenuhi spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya pada tahap desain itu. Dengan demikian kualitas konformansi menunjukkan tingkat sejauhmana jasa yang dibuat memenuhi atau sesuai dengan spesifikasi jasa. Pada umumnya, bagian-bagian jasa, perencanaan dan pengendalian jasasi, pembelian dan pengiriman memiliki tanggungjawab utama untuk kualitas konformansi itu.
3. Kualitas pemasaran dan pelayanan purna jual berkaitan dengan tingkat sejauhmana dalam menggunakan jasa itu memenuhi ketentuan-ketentuan dasar tentang pemasaran, pemeliharaan dan pelayanan purna jual.

Tinjauan Parasuraman<sup>16</sup> menyatakan bahwa di dalam memperoleh kualitas layanan jasa yang optimal, banyak ditentukan oleh kemampuan di dalam memadukan unsur-unsur yang saling berkaitan di dalam menunjukkan adanya suatu layanan yang terpadu dan utuh. Suatu kualitas layanan jasa akan komparatif

---

<sup>16</sup> Parasuraman, Op.cit





dengan unsur-unsur yang mendukungnya, yaitu: (1) adanya jasa jasa yang sesuai dengan bentuk pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, (2) penyampaian informasi yang kompleks, terformalkan dan terfokus di dalam penyampaianya, sehingga terjadi bentuk-bentuk interaksi antara pihak yang memberikan pelayanan jasa dan yang menerima jasa, dan (3) memberikan penyampaian bentuk-bentuk kualitas layanan jasa sesuai dengan lingkungan jasa yang dimiliki oleh suatu organisasi jasa.

#### **I.4.2. Unsur-unsur Kualitas Layanan**

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Parasuraman<sup>17</sup> (2001:26) mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

---

<sup>17</sup> *Ibid*



Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Berdasarkan inti dari konsep kualitas layanan “RATER” kebanyakan organisasi kerja yang menjadikan konsep ini sebagai acuan dalam menerapkan aktualisasi layanan dalam organisasi kerjanya, dalam memecahkan berbagai bentuk kesenjangan (*gap*) atas berbagai pelayanan yang diberikan oleh pegawai dalam memenuhi tuntutan pelayanan masyarakat. Aktualisasi konsep “RATER” juga diterapkan dalam penerapan kualitas layanan pegawai baik pegawai pemerintah maupun non pemerintah dalam meningkatkan prestasi kerjanya.

Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman<sup>18</sup> (2001:32) sebagai berikut:

### **1. Daya tanggap (*Responsiveness*)**

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang

---

<sup>18</sup> *Ibid*



mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001:52)<sup>19</sup>.

Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Seyogyanya pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai alternatif kemudahan untuk mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan dari orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

Pada prinsipnya, inti dari bentuk pelayanan yang diterapkan dalam suatu instansi atau aktivitas pelayanan kerja yaitu memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat ketanggapan atas permasalahan pelayanan yang diberikan. Kurangnya ketanggapan tersebut dari orang yang menerima pelayanan, karena bentuk

---

<sup>19</sup> *Ibid*



## PENDAHULUAN

---

pelayanan tersebut baru dihadapi pertama kali, sehingga memerlukan banyak informasi mengenai syarat dan prosedur pelayanan yang cepat, mudah dan lancar, sehingga pihak pegawai atau pemberi pelayanan seyogyanya menuntun orang yang dilayani sesuai dengan penjelasan-penjelasan yang mendetail, singkat dan jelas yang tidak menimbulkan berbagai pertanyaan atau hal-hal yang menimbulkan keluhan dari orang yang mendapat pelayanan. Apabila hal ini dilakukan dengan baik, berarti pegawai tersebut memiliki kemampuan daya tanggap terhadap pelayanan yang diberikan yang menjadi penyebab terjadinya pelayanan yang optimal sesuai dengan tingkat kecepatan, kemudahan dan kelancaran dari suatu pelayanan yang ditangani oleh pegawai<sup>20</sup>.

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Setiap orang yang mendapat pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan yang diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan dimengerti. Untuk mewujudkan dan merealisasikan hal tersebut, maka kualitas layanan daya tanggap mempunyai peranan penting atas pemenuhan berbagai penjelasan dalam kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Apabila pelayanan daya tanggap diberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana, penjelasan yang mendetail, penjelasan yang membina, penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, apabila hal tersebut secara jelas dimengerti oleh individu yang mendapat pelayanan, maka secara langsung

---

<sup>20</sup> *Ibid*



pelayanan daya tanggap dianggap berhasil, dan ini menjadi suatu bentuk keberhasilan prestasi kerja. Margaretha<sup>21</sup> kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

- a. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya. Penjelasan bijaksana tersebut mengantar individu yang mendapat pelayanan mampu mengerti dan menyetujui segala bentuk pelayanan yang diterima.
- b. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
- d. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.

---

<sup>21</sup> Margaretha, 2003. *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.





- e. Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Uraian-uraian di atas menjadi suatu interpretasi yang banyak dikembangkan dalam suatu organisasi kerja yang memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan daya tanggap atas berbagai pelayanan yang ditunjukkan. Inti dari pelayanan daya tanggap dalam suatu organisasi berupa pemberian berbagai penjelasan dengan bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk. Apabila hal ini dapat diimplementasikan dengan baik, dengan sendirinya kualitas layanan daya tanggap akan menjadi cermin prestasi kerja pegawai yang ditunjukkan dalam pelayanannya.

## **2. Jaminan (*Assurance*)**

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Selain dari *performance*



tersebut, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (*personality behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda pegawai yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan<sup>22</sup>.

Inti dari bentuk pelayanan yang meyakinkan pada dasarnya bertumpu kepada kepuasan pelayanan yang ditunjukkan oleh setiap pegawai, komitmen organisasi yang menunjukkan pemberian pelayanan yang baik, dan perilaku dari pegawai dalam memberikan pelayanan, sehingga dampak yang ditimbulkan dari segala aktivitas pelayanan tersebut diyakini oleh orang-orang yang menerima pelayanan, akan dilayani dengan baik sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dapat diyakini sesuai dengan kepastian pelayanan.

Melihat kenyataan kebanyakan organisasi modern dewasa ini diperhadapkan oleh adanya berbagai bentuk penjaminan yang dapat meyakinkan atas berbagai bentuk pelayanan yang dapat diberikan oleh suatu organisasi sesuai dengan prestasi kerja yang ditunjukkannya. Suatu organisasi sangat membutuhkan adanya kepercayaan memberikan pelayanan kepada orang-orang yang dilayaninya. Untuk memperoleh suatu pelayanan yang meyakinkan, maka setiap

---

<sup>22</sup> Margareta *Op.Cit.*



pegawai berupaya untuk menunjukkan kualitas layanan yang meyakinkan sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang memuaskan yang diberikan, bentuk-bentuk pelayanan yang sesuai dengan komitmen organisasi yang ditunjukkan dan memberikan kepastian pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan. Margaretha<sup>23</sup> suatu organisasi kerja sangat memerlukan adanya kepercayaan yang diyakini sesuai dengan kenyataan bahwa organisasi tersebut mampu memberikan kualitas layanan yang dapat dijamin sesuai dengan:

- a. Mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan yaitu setiap pegawai akan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah, lancar dan berkualitas, dan hal tersebut menjadi bentuk konkrit yang memuaskan orang yang mendapat pelayanan.
- b. Mampu menunjukkan komitmen kerja yang tinggi sesuai dengan bentuk-bentuk integritas kerja, etos kerja dan budaya kerja yang sesuai dengan aplikasi dari visi, misi suatu organisasi dalam memberikan pelayanan.
- c. Mampu memberikan kepastian atas pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan, agar orang yang mendapat pelayanan yakin sesuai dengan perilaku yang dilihatnya.

Uraian ini menjadi suatu penilaian bagi suatu organisasi dalam menunjukkan kualitas layanan asuransi (meyakinkan) kepada setiap orang yang diberi pelayanan sesuai dengan bentuk-bentuk kepuasan pelayanan yang dapat

---

<sup>23</sup> *Ibid*



diberikan, memberikan pelayanan yang sesuai dengan komitmen kerja yang ditunjukkan dengan perilaku yang menarik, meyakinkan dan dapat dipercaya, sehingga segala bentuk kualitas layanan yang ditunjukkan dapat dipercaya dan menjadi aktualisasi pencerminan prestasi kerja yang dapat dicapai atas pelayanan kerja.

### **3. Bukti Fisik (*Tangible*)**

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan<sup>24</sup>.

Berarti dalam memberikan pelayanan, setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

---

<sup>24</sup> Ibid



Bentuk-bentuk pelayanan fisik yang ditunjukkan sebagai kualitas layanan dalam rangka meningkatkan prestasi kerja, merupakan salah satu pertimbangan dalam manajemen organisasi. Prestasi kerja yang ditunjukkan oleh individu sumberdaya manusia, menjadi penilaian dalam mengaplikasikan aktivitas kerjanya yang dapat dinilai dari bentuk pelayanan fisik yang ditunjukkan. Biasanya bentuk pelayanan fisik tersebut berupa kemampuan menggunakan dan memanfaatkan segala fasilitas alat dan perlengkapan di dalam memberikan pelayanan, sesuai dengan kemampuan penguasaan teknologi yang ditunjukkan secara fisik dan bentuk tampilan dari pemberi pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan. Dalam banyak organisasi, kualitas layanan fisik terkadang menjadi hal penting dan utama, karena orang yang mendapat pelayanan dapat menilai dan merasakan kondisi fisik yang dilihat secara langsung dari pemberi pelayanan baik menggunakan, mengoperasikan dan menyikapi kondisi fisik suatu pelayanan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam suatu organisasi modern dan maju, pertimbangan dari para pengembang pelayanan, senantiasa mengutamakan bentuk kualitas kondisi fisik yang dapat memberikan apresiasi terhadap orang yang memberi pelayanan. Martul<sup>25</sup> menyatakan bahwa kualitas layanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas layanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk imej positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi

---

<sup>25</sup> Martul, Shadiqiin, 2004, *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan*, Sinar Grafika, Jakarta.





suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi, dan menunjukkan suatu performance tampilan yang cakap, berwibawa dan memiliki integritas yang tinggi sebagai suatu wujud dari prestasi kerja yang ditunjukkan kepada orang yang mendapat pelayanan.

Selanjutnya, tinjauan Margaretha<sup>26</sup> yang melihat dinamika dunia kerja dewasa ini yang mengedepankan pemenuhan kebutuhan pelayanan masyarakat maka, identifikasi kualitas layanan fisik mempunyai peranan penting dalam memperlihatkan kondisi-kondisi fisik pelayanan tersebut. Identifikasi kualitas layanan fisik (*tangible*) dapat tercermin dari aplikasi lingkungan kerja berupa:

- a. Kemampuan menunjukkan prestasi kerja pelayanan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif.
- b. Kemampuan menunjukkan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data dan inventarisasi otomasi kerja sesuai dengan dinamika dan perkembangan dunia kerja yang dihadapinya.
- c. Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan, kewibawaan dan dedikasi kerja.

Uraian ini secara umum memberikan suatu indikator yang jelas bahwa kualitas layanan sangat ditentukan menurut kondisi fisik pelayanan, yang inti pelayanannya yaitu kemampuan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja

---

<sup>26</sup> Manrgaretha, *Op.cit*



yang dapat dilihat secara fisik, mampu menunjukkan kemampuan secara fisik dalam berbagai penguasaan teknologi kerja dan menunjukkan penampilan yang sesuai dengan kecakapan, kewibawaan dan dedikasi kerja.

#### **4. Empati (*Empathy*)**

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan<sup>27</sup>.

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama.

Artinya setiap bentuk pelayanan yang diberikan kepada orang yang dilayani diperlukan adanya empati terhadap berbagai masalah yang dihadapi

---

<sup>27</sup> Parasuraman.*Op.cit*



## PENDAHULUAN

orang yang membutuhkan pelayanan. Pihak yang menginginkan pelayanan membutuhkan adanya rasa kepedulian atas segala bentuk pengurusan pelayanan, dengan merasakan dan memahami kebutuhan tuntutan pelayanan yang cepat, mengerti berbagai bentuk perubahan pelayanan yang menyebabkan adanya keluhan dari bentuk pelayanan yang harus dihindari, sehingga pelayanan tersebut berjalan sesuai dengan aktivitas yang diinginkan oleh pemberi pelayanan dan yang membutuhkan pelayanan.

Berarti empati dalam suatu organisasi kerja menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas layanan sesuai prestasi kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai. Empati tersebut mempunyai inti yaitu mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani. Margaretha<sup>28</sup> bahwa suatu bentuk kualitas layanan dari empati orang-orang pemberi pelayanan terhadap yang mendapatkan pelayanan harus diwujudkan dalam lima hal yaitu:

- a. Mampu memberikan perhatian terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani merasa menjadi orang yang penting.
- b. Mampu memberikan keseriusan atas aktivitas kerja pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani mempunyai kesan bahwa pemberi pelayanan menyikapi pelayanan yang diinginkan.

---

<sup>28</sup> Margareta, *Op.Cit*



- c. Mampu menunjukkan rasa simpatik atas pelayanan yang diberikan, sehingga yang dilayani merasa memiliki wibawa atas pelayanan yang dilakukan.
- d. Mampu menunjukkan pengertian yang mendalam atas berbagai hal yang diungkapkan, sehingga yang dilayani menjadi lega dalam menghadapi bentuk-bentuk pelayanan yang dirasakan.
- e. Mampu menunjukkan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan, sehingga yang dilayani menjadi tertolong menghadapi berbagai bentuk kesulitan pelayanan.

Bentuk-bentuk pelayanan ini menjadi suatu yang banyak dikembangkan oleh para pengembang organisasi, khususnya bagi pengembang pelayanan modern, yang bertujuan memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan dimensi empati atas berbagai bentuk-bentuk permasalahan pelayanan yang dihadapi oleh yang membutuhkan pelayanan, sehingga dengan dimensi empati ini, seorang pegawai menunjukkan kualitas layanan sesuai dengan prestasi kerja yang ditunjukkan.

#### **5. Kehandalan (*Reliability*)**

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk



pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat<sup>29</sup>.

Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya.

Inti pelayanan kehandalan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut yaitu pegawai memahami, menguasai, handal, mandiri dan profesional atas uraian kerja yang ditekuninya<sup>30</sup>.

Kaitan dimensi pelayanan *reliability* (kehandalan) merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja suatu organisasi. Kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki,

---

<sup>29</sup> Parasuraman, *Op.Cit*

<sup>30</sup> *Ibid*





kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja. Sunyoto<sup>31</sup> kehandalan dari suatu individu organisasi dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan untuk menghadapi gerak dinamika kerja yang terus bergulir menuntut kualitas layanan yang tinggi sesuai kehandalan individu pegawai. Kehandalan dari seorang pegawai yang berprestasi, dapat dilihat dari:

- a. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya.
- b. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimilikinya dalam menjalankan aktivitas pelayanan yang efisien dan efektif.
- c. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimilikinya, sehingga penguasaan tentang uraian kerja dapat dilakukan secara cepat, tepat, mudah dan berkualitas sesuai pengalamannya.
- d. Kehandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat dan memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat dipahami bahwa kualitas layanan dari kehandalan dalam suatu organisasi dapat ditunjukkan kehandalan

---

<sup>31</sup> Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CAPS



pemberi pelayanan sesuai dengan bentuk-bentuk karakteristik yang dimiliki oleh pegawai tersebut, sesuai dengan keberadaan organisasi tersebut. Seorang pegawai dapat handal apabila tingkat pengetahuannya digunakan dengan baik dalam memberikan pelayanan yang handal, kemampuan keterampilan yang dimilikinya diterapkan sesuai dengan penguasaan bakat yang terampil, pengalaman kerja mendukung setiap pegawai untuk melaksanakan aktivitas kerjanya secara handal dan penggunaan teknologi menjadi syarat dari setiap pegawai yang handal untuk melakukan berbagai bentuk kreasi kerja untuk memecahkan berbagai permasalahan kerja yang dihadapinya secara handal.

#### **I.4.3. Kualitas Pelayanan Publik**

Pelayanan dapat diartikan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung<sup>32</sup>. Pelayanan juga diartikan perihal atau cara melayani atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa<sup>33</sup>. Pengertian pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat umum atau publik untuk mensejahterakan masyarakat.

Pelayanan publik oleh birokrasi publik merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparatur negara sebagai abdi masyarakat. H.A. Moenir<sup>34</sup>, mendefinisikan pelayanan umum sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang

---

<sup>32</sup> Moenir, H.A, Manajemen Pelayanan Umum, Jakarta: Bumi Aksara, 1997

<sup>33</sup> Departemen Pendidikan Nasional, Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia* Jakarta

<sup>34</sup> Moenir , *Op.cit.*



atau kelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Kegiatan pelayanan umum atau publik diarahkan pada terselenggaranya pelayanan untuk memenuhi kepentingan umum atau kepentingan perseorangan melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani, supaya pelayanan umum dapat berhasil dengan baik. Pelaku dapat berbentuk badan atau organisasi yang bertanggung jawab atas terselenggaranya pelayanan dan manusia sebagai pegawai.

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993 yang kemudian disempurnakan dengan keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 mendefinisikan Pelayanan Umum sebagai :

“Segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan (Keputusan MENPAN Nomor 63/2003).”

Mengikuti definisi di atas, pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.



Menurut H.A. Moenir<sup>35</sup> agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka petugas harus memenuhi empat persyaratan pokok. Persyaratan pokok yang harus dimiliki petugas dalam melaksanakan pelayanan, antara lain: (1) tingkah laku yang sopan (2) cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan (3) waktu penyampaian yang tepat, dan (4) keramahan.

Upaya untuk mendefinisikan kualitas dalam suatu organisasi jasa atau pelayanan bukanlah hal yang mudah, karena setiap instansi mendefinisikan kualitas berdasarkan tuntutan dan harapan budaya masyarakat. Oleh karena itu definisi kualitas berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Suatu barang dan jasa dapat dikatakan memenuhi kualitas apabila dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien, juga memiliki teknis tertentu yang operasional. Dilihat dari sisi teknis, kualitas adalah tingkat produk barang atau jasa yang memenuhi serangkaian standar yang telah ditetapkan yang berkaitan dengan karakteristik yang dapat menentukan nilai pasar dan unjuk kerja fungsi produk sesuai dengan rancangan.

Oleh karena itu tujuan dari kebanyakan pengukuran kualitas adalah untuk menentukan serta mengevaluasi derajat atau tingkat suatu produk barang dan jasa yang mendekati komposisi atau panduan total yang dimaksud.

---

<sup>35</sup> *Ibid*



#### **I.4.4. Pajak dan Jenis Pajak**

Menurut Rochmat Soemitro<sup>36</sup> pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Lebih lanjut dikemukakan mengenai istilah-istilah di dalam perpajakan, antara lain :

- a. Wajib Pajak (WP), adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungut pajak atau pemotong pajak tertentu.
- b. Badan adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi yang sejenis, lembaga, bentuk usaha tetap, dan bentuk badan lainnya.
- c. Masa pajak adalah jangka waktu yang lamanya sama dengan 1 (satu) bulan takwim atau jangka waktu lain yang ditetapkan dengan keputusan menteri keuangan paling lama 3 (tiga) bulan takwim.

---

<sup>36</sup> Mardiasmo, 2003. Perpajakan. Yogyakarta : ANDI, 2003





- d. Tahun pajak adalah jangka waktu 1 (satu) tahun takwim kecuali bila Wajib Pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim.
- e. Bagian Tahun Pajak adalah bagian dari jangka waktu 1 (satu) Tahun Pajak.
- f. Pajak yang terutang adalah pajak yang harus dibayar pada suatu saat, dalam masa pajak, dalam tahun pajak atau bagian tahun pajak menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- g. Penanggung pajak adalah orang pribadi atau badan yang bertanggung jawab atas pembayaran pajak, termasuk wakil yang menjalankan hak dan memenuhi kewajiban Wajib Pajak menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- h. Surat paksa atau Surat Tagihan Pajak adalah surat perintah untuk membayar utang pajak dan biaya penagihan pajak sesuai dengan UU No. 19 Tahun 1997 tentang penagihan Pajak dengan Surat Paksa sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2000.
- b. Menurut Lembaga Pemungutannya
- 1) Pajak Pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara.
  - 2) Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Pajak Daerah terdiri atas :
    - a) Pajak Provinsi, contoh: Pajak Kendaraan Bermotor dan kendaraan diatas air, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.



- b) Pajak Kabupaten/Kota, Contoh : Pajak, Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, dan Pajak Penerangan Jalan.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pajak merupakan iuran dari rakyat kepada negara yang dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya yang dapat dilihat berdasarkan fungsinya dan kriteria pajak. Seluruh warga negara yang menjadi wajib pajak mempunyai hak dan kewajiban pajak sesuai dengan aturan perundang-undangan yang berlaku.

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa salah satu jenis pajak berdasarkan lembaga pemungut adalah pajak daerah. Pajak daerah sangat menentukan keberhasilan pembangunan suatu daerah. Salah satu jenis pajak daerah adalah pajak kendaraan bermotor. Oleh karena itu, pajak kendaraan bermotor juga turut menentukan keberlangsungan pembangunan daerah.

#### **I.4.5. Pajak Kendaraan Bermotor**

Kendaraan Bermotor merupakan semua kendaraan beroda dua atau lebih beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang bergerak. Contoh Alat-alat besar dan berat antara lain: Mesin giling, *buldozer*, *loader*, *forklift*, *dumptruck*, traktor, dan lain sebagainya.

Pajak kendaraan bermotor merupakan jumlah tarif yang harus dibayarkan oleh wajib pajak guna untuk mendapatkan surat-surat penting kelengkapan



kendaraan bermotor. Hal ini sebagai salah satu kewajiban yang harus dipenuhi sebagai pemilik kendaraan yang tahu peraturan dan tahu hukum. Pajak kendaraan bermotor itu ada dua macam, yaitu pajak kendaraan bermotor tahunan dan pajak kendaraan bermotor lima tahun an.

1. Pajak kendaraan bermotor tahunan, yaitu pembayaran pajak kendaraan bermotor yang dilakukan setiap stu tahun sekali sesuai dengan masa berlaku kendaraan bermotor tersebut. Bukti pembayaran pajak kendaraan bermotor tahunan ini adalah dengan pengesahan pada Surat tanda Nomor Kendaraan (STNK). Permohonan pengesahan STNK setiap kendaraan bermotor sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 179 ayat (2) dengan melengkapi persyaratan sebagai berikut :
  - a. Tanda jati diri yang sah + 1 lembar foto copy.
  - b. Surat pernyataan pemilik kendaraan bermotor bahwa tidak terjadi perubahan identitas pemilik atau spesifikasi teknis ranmor (surat pernyataan sama dengan formulirSPT PKB/BBNKB dan SWDKLLJ).
  - c. STNK asli dan foto copy.
  - d. BPKB asli dan foto copy.
  - e. Bukti PKB/BBNKB, SWDKLLJ, dan Premi asuransi Jasa Raharja (khusus kendaraan umum) tahun sebelumnya.
2. Pajak Kendaraan Bermotor Lima Tahunan, yaitu sama halnya seperti pajak kendaraan bermotor tahunan, akan tetapi didalam pajak kendaraan bermotor lima tahunan ini akan terjadi pergantian plat nomor kendaraan bermotor untuk



masa berlaku lima tahun kedepan. Persyaratan pengajuan/pembayaran pajak kendaraan bermotor lima tahunan adalah dengan melampirkan :

- a. Tanda jati diri yang sah + 1 lembar foto coy
- b. Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang lama atau surat keterangan yang sah apabila tidak dapat menyerahkan Surat Tanda Nomor Kendaraan bermotor tersebut.
- c. Salinan tanda jati diri pemilik kendaraan bermotor setelah menunjukkan aslinya.
- d. Salinan bukti buku uji kendaraan bermotor yang bersangkutan setelah menunjukkan aslinya.
- e. Dilakukan cek fisik terhadap kendaraan bermotor tersebut.
- f. Kalau ada perubahan baik kepemilikan, ganti warna, ganti mesin, rubah bentuk, harus dilengkapi dengan BPKB.

Selain pajak kendaraan bermotor, jenis pajak propinsi yang lain mengenai kendaraan bermotor yang menjadi wewenang Kantor Samsat Kota Surakarta yaitu Pajak Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor atau disingkat BBN-KB.

BBN-KB adalah pajak atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor sebagai akibat perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang



terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah, warisan, atau pemasukan kedalam badan usaha<sup>37</sup>.

BBN-KB terdiri dari dua jenis yaitu untuk kendaraan bermotor baru (BBN-KB I) dan untuk kendaraan bermotor bekas/second (BBN-KB II). BBN-KB I merupakan pengalihan hak milik kendaraan bermotor baru sebagai akibat perjanjian dua pihak. BBN-KB II merupakan pengalihan hak milik kendaraan bermotor bekas (*second*) sebagai akibat perjanjian jual – beli kedua pihak.

Pendaftaran BBN-KB mempunyai masa tenggang 30 hari dihitung sejak serah terima barang. Salah satu potensi pendapatan yang perlu dikreasikan adalah BBNKB kedua dan selanjutnya, meskipun tarif pajaknya 1% (satu persen) dari penetapan harga pasar atau Nilai Jual Kendaraan Bermotor (NJKB). Akan tetapi potensi ini berkaitan dengan perilaku pasar, dimana setiap pembelian kendaraan bermotor belum tentu pada saat yang sama masyarakat akan melakukan aktifitas pendaftaran kepemilikan kendaraan bermotor yang baru dibeli atau dimiliki. Dengan demikian “kreatifitas” kebijakan insentif perpajakan juga bagian dari upaya mendorong masyarakat untuk segera mendaftarkan kepemilikankendaraannya<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Pajak Indonesia. 2007. **Tarif Penyusutan Harta**. <<http://pajakindonesia.wordpress.com/2007/04/20/tarifpenyusutan/>> Diakses: 20 November 2014

<sup>38</sup> <http://pajakindonesia.wordpress.com> Diakses: 21 November 2014





---

Pengenaan BBN-KB ditetapkan oleh Mendagri (Menteri Dalam Negeri) yang dipertimbangkan oleh Menkeu (Menteri Keuangan). Tarif Pajak BBN-KB terbagi dalam sembilan katagori sebagai berikut.<sup>39</sup>

- a. 10% untuk kendaraan bermotor umum penyerahan pertama
- b. 3% untuk kendaraan bermotor alat-alat besar dan berat penyerahan pertama.
- c. 1% untuk kendaraan bermotor pribadi penyerahan selanjutnya.
- d. 1% untuk kendaraan bermotor pribadi penyerahan selanjutnya.
- e. 1% untuk kendaraan bermotor umum penyerahan selanjutnya.
- f. 0,3% untuk kendaraan bermotor alat-alat besar dan berat penyerahan selanjutnya.
- g. 0,1% untuk kendaraan bermotor pribadi penyerahan karena warisan.
- h. 0,1% untuk kendaraan bermotor umum penyerahan karena warisan.
- i. 0,03% untuk kendaraan bermotor alat-alat besar dan berat penyerahan karena warisan.

Dasar Pengenaan BBN-KB adalah Nilai Jual Kendaraan Bermotor (NJKB). NJKB ditetapkan berdasarkan harga pasaran umum (HPU) atas suatu kendaraan bermotor. Dasar pengenaan BBN-KB ditetapkan berdasarkan nilai jual kendaraan bermotor. Adapun Rumus menghitung BBN-KB adalah HPU X Dasar Pengenaan Pajak. Untuk tahun pembuatan lebih baru, nilai jualnya ditetapkan

---

<sup>39</sup> *Ibid*



dengan penambahan 5% setiap tahun dari nilai jual tahun sebelumnya. Untuk tahun pembuatan lebih tua, nilai jualnya ditetapkan berdasarkan nilai jual tahun pembuatan terakhir dengan penurunan 5% setiap tahun dengan maksimal penurunan 5 tingkat atau disesuaikan dengan HPU yang berlaku<sup>40</sup>.

#### **I.4.6. Pengertian Minat**

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan<sup>41</sup>. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan.

Crow and Crow mengatakan bahwa minat (Interest) bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>42</sup>

Menurut kamus lengkap psikologi, minat (*interest*) adalah

1. Satu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya,

---

<sup>40</sup> Pajakindonesia. *Op.cit*

<sup>41</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi umum* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), h. 151

<sup>42</sup> Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: PT. Tiara kencana, 1993), h.



2. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga atau berarti bagi individu,
3. Satu keadaan motivasi, atau satu set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu<sup>43</sup>.

Dengan kata lain, minat dapat menjadi penyebab kegiatan dan penyebab partisipasi dalam kegiatan. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih<sup>44</sup>.

Minat terbagi menjadi 3 aspek, yaitu:

1. Aspek Kognitif

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta dan berbagai jenis media massa.

2. Aspek Afektif

Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3. Aspek Psikomotor

---

<sup>43</sup> Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT Raja Grafindo

<sup>44</sup> Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: PT. Erlangga, 1978), h. 114



Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat.

Macam minat menurut Witherington, 1989 dibedakan menjadi 2 yaitu<sup>45</sup>

1. Minat primitif ; Disebut pula minat biologis, yaitu minat yang berkisar soal makanan dan kebebasan aktifitas.
2. Minat kultural ; Disebut juga minat sosial yaitu minat yang berasal dari perbuatan yang lebih tinggi tarafnya.

#### Kriteria Minat

Menurut Abu Ahmadi<sup>46</sup>, minat seseorang dapat digolongkan menjadi

1. Rendah ; Jika seseorang tidak menginginkan obyek minat
2. Sedang ; Jika seseorang menginginkan obyek minat akan tetapi tidak dalam waktu segera.
3. Tinggi ; Jika seseorang sangat menginginkan obyek minat dalam waktu segera.

Karakteristik minat tersebut antara lain adalah :

- a. Minat timbul dari adanya perasaan senang terhadap suatu objek atau situasi yang menarik perhatian seseorang.

---

<sup>45</sup> Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: PT. Tiara kencana, 20033), h. 112

<sup>46</sup> Abu Ahmadi, *Op.cit.*



- b. Minat dapat menyebabkan seseorang menaruh perhatian secara sadar, spontan, mudah, wajar tanpa dipaksakan dan selektif.
- c. Minat dapat merangsang seseorang untuk mencari objek atau situasi yang diminati.
- d. Minat bersifat personal karena setiap individu memiliki perbedaan dalam menentukan minatnya dan ini berkaitan dengan kepentingan pribadi seseorang. 10
- e. Minat dapat bersifat konsisten sepanjang objek yang diminati efektif bagi individu.
- f. Minat bersifat diskriminatif karena dapat membantu seseorang membedakan hal-hal yang harus dan tidak harus dilakukan sehubungan dengan minatnya.
- g. Minat bersifat native atau bawaan melainkan tumbuh dan berkembang bersama dengan pengalaman-pengalaman selama perkembangan individu dan minat juga dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman.

Beberapa kondisi yang mempengaruhi minat

#### 1. Status ekonomi

Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka.





## 2. Pendidikan

Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelek yang dilakukan. Seperti yang dikutip Notoatmojo, 1997 dari L.W. Green mengatakan bahwa “Jika ada seseorang yang mempunyai pengetahuan yang baik, maka ia mencari pelayanan yang lebih kompeten atau lebih aman baginya”. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pelayanan kesehatan akan mempengaruhi pemanfaatan fasilitas pelayanan yang ada sehingga berpengaruh pada kondisi kesehatan mereka.

## 3. Tempat tinggal

Dimana orang tinggal banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi pada kehidupan sebelumnya masih dapat dilakukan atau tidak.

Faktor – faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang.<sup>47</sup>

1. Kondisi pekerjaan Tempat kerja yang memiliki suasana yang menyenangkan dengan didukung oleh kerja sama yang profesional, saling bantu dapat meningkatkan produksi.
2. Sistem pendukung dalam bekerja sangat diperlukan sistem pendukung yang memadai bagi para pekerjaannya sehingga diperoleh hasil produksi yang maksimal, misalnya fasilitas kendaraan, perlengkapan pekerjaan yang memadai, kesempatan promosi, kenaikan pangkat/kedudukan.

---

<sup>47</sup> Ibid



3. Pribadi pekerja Semangat kerja, pandangan pekerja terhadap pekerjaannya, kebanggaan memakai atribut bekerja, sikap terhadap pekerjaannya.

Minat memegang peranan penting dalam sebuah aktivitas kegiatan manusia maka minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, antara lain berdasarkan timbulnya minat dan berdasarkan arahnya minat.

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain:
  - a.. Minat Primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak dan nyaman, kebebasan beraktivitas serta seks.
  - b. Minat Kultural atau sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Misalnya minat belajar individu punya pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang-orang terpelajar dan pendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat individu untuk belajar dan berprestasi agar mendapat penghargaan dari lingkungan, hal ini mempunyai arti yang sangat penting bagi harga dirinya.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain:
  - a. Minat Intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Misalnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan.



- b. Minat Ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Misalnya seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas atau lulus ujian.
3. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat macam, terdiri atas:
- Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas dengan perasaan senang.
  - Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek
  - Tested interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan.
  - Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.<sup>48</sup>

#### **I.4.7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Faktor minat mempunyai peranan yang sangat penting, minat individu terhadap suatu objek, pekerjaan, orang, benda, dan persoalan yang berkenaan

---

<sup>48</sup> Abd. Rahman shaleh, op.cit., h. 265-266



---

dengan dirinya timbul karena ada faktor yang mempengaruhinya pada objek yang diamati. Dalam buku psikologi perkembangan, suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan dijelaskan sebagai berikut:

”Sebab timbulnya minat bergantung pada seks/jenis kelamin, intelegensi, lingkungan dimana ia hidup, kesempatan untuk mengembangkan minat, minat teman-teman sebaya, status dalam kelompok sosial, kemampuan bawaan, minat keluarga, dan banyak faktor-faktor lain.”<sup>49</sup>

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: umur, bobot, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Setiawan<sup>50</sup> memperkuat pendapat ini, dengan menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat ada 2, yakni faktor internal dan faktor eksternal.

#### 1. Faktor Internal

Adapun faktor yang tergolong dalam faktor internal, yaitu :

---

<sup>49</sup> Djasman Adimiharja, *Psikologi Umum Pusat Pengembangan Penataran Guru Tertulis* (Bandung, 1987-1988), h. 216

<sup>50</sup> Setiawan, Yasin, 2008. *”Memberi Motivasi Kerja Kepada Karyawan”*. <http://www.siaksoft.net>



- a. Motif adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai tujuan.
- b. Sikap adalah adanya kecendrungan dalam subjek untuk menerima, menolak suatu objek yang berharga baik atau tidak baik.
- c. Permainan adalah merupakan suatu permasalahan tenaga psikis yang tertuju pada suatu subjek semakin intensif perhatiannya.
- d. Pengalaman suatu proses pengenalan lingkungan fisik yang nyata baik dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya dengan menggunakan organ-organ indra.
- e. Tanggapan adalah banyaknya yang tinggal dalam ingatan setelah itu melakukan pengamatan. Kalau kita lihat secara jeli, maka akan tampak suatu perbedaan antara pengamatan dan tanggapan, meskipun keduanya merupakan gejala yang saling berkaitan, karena tanggapan itu sebenarnya kesan yang tinggal setelah individu mengamati objek. Tanggapan itu terjadi setelah adanya pengamatan, maka semakin jelas individu mengamati suatu objek, akan semakin positif tanggapannya.
- f. Persepsi merupakan proses untuk mengingat atau mengidentifikasi sesuatu, biasanya dipakai dalam persepsi rasa, bila benda yang kita ingat atau yang kita identifikasikan adalah objek yang mempengaruhi oleh persepsi, karena merupakan tanggapan secara langsung terhadap suatu objek atau rangsangan.





## 2. Faktor Eksternal

Lingkungan bisa juga mempengaruhi minat, karena lingkungan mempunyai peranan yang sangat penting terhadap individu, baik itu lingkungan fisik yang berhubungan dengan benda konkrit maupun lingkungan fisik yang berhubungan dengan jiwa seseorang.

Lingkungan itu sendiri terbagi atas 2 bagian, yakni (1) Lingkungan fisik, yaitu berupa alat misalnya keadaan tanah. (2) Lingkungan sosial, yaitu merupakan lingkungan masyarakat dimana lingkungan ini adanya interaksi individu yang satu dengan yang lain. Keadaan masyarakat akan memberi pengaruh tertentu kepada individu. Dengan teknik pengungkapan yang cukup berbeda, Crow and Crow,<sup>51</sup> mengungkapkan bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, antara lain yaitu:

### 1. Dorongan dari dalam diri individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

### 2. Motif Sosial

Motif sosial ini dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat,

---

<sup>51</sup> Abd. Rahman Shaleh, *op.cit.*, h.265-266



karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan tinggi dan terpandang dalam masyarakat.

### 3. faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Jadi minat merupakan suatu kecenderungan yang menetap dalam hati untuk selalu mengingat sesuatu atau mengerjakan sesuatu secara terus menerus tanpa merasa terbebani untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan disertai perasaan senang. Adapun indikatornya yaitu: perasaan senang, partisipasi, perhatian, keaktifan, dan mentaati peraturan atau aturan main yang terkait dengan subjek.

#### **I.4.8. Peningkatan Minat**

Amin Hamzah Nasution<sup>52</sup> (1993: 47), mengemukakan 5 cara meningkatkan minat, yaitu:

1. Motivasi, Motivasi adalah sesuatu dari diri seseorang yang mendorong untuk berbuat sesuatu dalam mencapai tujuan. Cara menimbulkan dorongan bisa melalui penerangan segi-segi yang baik terhadap hal-hal yang berhubungan dengan cita-cita ataupun apa yang diharapkan.

---

<sup>52</sup> Amin Hamzah Nasution. (1993). *Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar*. Jakarta: Bumi Aksara



2. Training, training adalah mengingat kembali semangat untuk meningkatkan ilmu dan ketrampilan serta memperbaiki adanya masalah-masalah untuk dapat berbuat lebih baik lagi.
3. Rangsangan dari luar juga dapat dipergunakan sebagai alat untuk membangkitkan minat.<sup>23</sup>
4. Menanamkan kesadaran dengan adanya suatu peringatan agar selalu sadar untuk berminat.
5. Kebiasaan dengan cara membiasakan diri untuk melakukan kegiatan agar dapat menimbulkan minat.

Evita Singgih<sup>53</sup>, menjelaskan ada 3 cara untuk meningkatkan minat, yaitu:

#### 1. Pemberian Ganjaran

Pemberian ganjaran untuk memperkuat perilaku individu. Prinsip dasar dari cara ini adalah teori belajar yang berpandangan bahwa kegiatan yang lebih disenangi dapat menjadi ganjaran positif, yang dapat dipakai sebagai ganjaran untuk kegiatan lain yang kurang disenangi.

Berdasarkan paparan tersebut, ganjaran bukan hukuman untuk menjatuhkan tetapi untuk membangun yang diharapkan melalui pemberian ganjaran seseorang dapat mengembangkan minat wirausahanya secara berkelanjutan.

---

<sup>53</sup> Sukadji, Soetarlinah & Evita E. Singgih-Salim. 2001. *Sukses di Perguruan Tinggi (Edisi Khusus)*. Depok: Psikologi Pendidikan Fakultas Psikologi Universitas Indonesia



## 2. Penetapan Sasaran

Penetapan sasaran sebagai sesuatu yang hendak dicapai, misalnya menyelesaikan tugas dengan tepat waktu. Makin jelas spesifik sasaran yang hendak dicapai maka akan lebih besar kemungkinan untuk mencapainya. Selain itu, perlu adanya penetapan prioritas yang hendak dicapai. Berdasarkan paparan tersebut, dalam penetapan sasaran harus jelas agar sasaran yang akan dicapai akan mudah tercapai. Penetapan sasaran merupakan salah satu hal untuk mencapai sebuah hasil yang maksimal.

## 3. Penataan Lingkungan

Penataan disini termasuk lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Lingkungan fisik berkaitan dengan tempat atau ruangan termasuk sarana lainnya.

Berdasarkan paparan tersebut, lingkungan yang ditata sebaik mungkin akan membantu mencapai tujuan dan penataan lingkungan merupakan sarana pendukung. Jika lingkungan tidak tertata dengan baik dapat menghambat peningkatan minat.

Berdasarkan definisi di atas, minat dapat ditingkatkan melalui motivasi agar ada dorongan untuk mencapai tujuan, training sebagai latihan ketrampilan, rangsangan dari luar untuk membangkitkan minat, menanamkan kesadaran agar sadar akan minat yang dimiliki, membiasakan diri untuk melakukan kegiatan yang akan menimbulkan minat, pemberian ganjaran untuk mengembangkan minat,



menetapkan sasaran agar tujuan akan mudah tercapai, dan menata lingkungan untuk mendukung peningkatan minat.

### **I.5. Definisi Konsep**

#### **a. Kualitas pelayanan**

Didefinisikan sebagai pemaparan terhadap hasil pelayanan yang diberikan oleh aparat birokrasi pelayanan kepada masyarakat pengguna jasa pelayanan di Kantor Pelayanan SAMSAT keliling kabupaten Gresik terhadap wajib pajak pada saat melakukan pembayaran PKB. Kualitas pelayanan publik adalah hasil interaksi antara berbagai aspek, yaitu sistem pelayanan, sumber daya manusia pemberi layanan, strategi, dan pelanggan yang diberlakukan oleh Kantor SAMSAT keliling kabupaten Gresik yang menerapkan sistem layanan SAMSAT keliling dengan kebutuhan para pengguna yaitu subjek wajib pajak perpanjangan pajak nomor kendaraan bermotor.

#### **b. SAMSAT keliling**

Salah satu program dari kantor pelayanan SAMSAT kabupaten Gresik yang mempunyai kewenangan dalam hal mengurus surat-surat kelengkapan dan kepemilikan mengenai kendaraan bermotor secara *mobile* atau berpindah tempat, untuk memudahkan masyarakat wajib pajak yang akan melakukan pembayaran PKB mereka. SAMSAT merupakan suatu sistem kerjasama secara terpadu antara Polri, Dinas Pendapatan Provinsi, dan PT Jasa Raharja (Persero) dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara





baik melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLJJ). Dalam hal ini, Polri memiliki fungsi penerbitan STNK; Dinas Pendapatan Provinsi menetapkan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB); sedangkan PT Jasa Raharja mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ).

c. Minat

Dapat didefinisikan sebagai sebuah aktivitas yang berhubungan dengan daya gerak yang mendorong individu untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

## I. 6 Rincian Data yang Diperoleh

1. Pelaksanaan kualitas layanan dari SAMSAT Keliling dengan memenuhi dimensi-dimensi sebagai berikut:

a. *Tangibles*

- 1) Fasilitas fisik, sarana dan prasarana yang dimiliki Kantor Pelayanan SAMSAT Keliling dalam melaksanakan SAMSAT Keliling.
- 2) Pandangan masyarakat pemohon perpanjangan PAJAK KENDARAAN yang sudah menggunakan SAMSAT Keliling terhadap fasilitas, sarana dan prasarana yang dimiliki Kantor Pelayanan SAMSAT Keliling dalam melaksanakan SAMSAT Keliling.

*b. Reliability*

- 1) Penilaian kesesuaian penyelenggaraan pelayanan SAMSAT Keliling yang diberikan terhadap prosedur yang berlaku.

*c. Responsiveness*

- 1) Peranan pejabat pembuat kebijakan dalam merumuskan dan menginformasikan adanya SAMSAT Keliling kepada masyarakat pemohon perpanjangan pajak.
- 2) Cara petugas operator dalam memberikan pelayanan dengan SAMSAT Keliling.
- 3) Tingkat kemampuan atau pemahaman petugas operator dalam menjalankan aturan yang ditetapkan dalam menjalankan SAMSAT Keliling.
- 4) Tingkat kemampuan petugas operator dalam menjalankan peralatan yang digunakan untuk memberikan pelayanan dengan SAMSAT Keliling.
- 5) Pandangan masyarakat pemohon perpanjangan Pajak yang sudah menggunakan SAMSAT Keliling terhadap kemampuan petugas operator yang dimiliki Kantor Pelayanan SAMSAT Keliling dalam memberikan pelayanan perpanjangan PAJAK KENDARAAN dengan SAMSAT Keliling.

*d. Assurance*

- 1) Sikap pejabat pembuat kebijakan dan petugas operator SAMSAT



Keliling dalam memberikan kepercayaan kepada pemohon perpanjangan tahun pajak, baik kepercayaan biaya atau tariff maupun prosedur pelayanan. SAMSAT Keliling, berupa pelaksanaan SAMSAT Keliling di Kantor mobil Pelayanan SAMSAT keliling dan Pelaksanaan SAMSAT Keliling telah sesuai dengan kebutuhan

*e. Emphaty*

- 1) Sikap petugas operasional untuk mendekati diri secara personal terhadap wajib pajak yang menggunakan SAMSAT Keliling.
  - 2) Pandangan masyarakat pemohon perpanjangan tahun pajak yang sudah menggunakan SAMSAT Keliling, terhadap kemampuan pendekatan diri petugas operator secara personal untu memahami kebutuhan pemohon PAJAK KENDARAAN dalam melaksanakan SAMSAT Keliling
2. Pelaksanaan minat responden terhadap SAMSAT Keliling dengan memenuhi indikator sebagai berikut:
- a. Aspek Kognitif  
Persepsi responden atas pengalaman pribadi dan berbagai jenis media massa.
  - b. Aspek Afektif  
Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman



sebagai terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk, sehingga responden berminat menggunakan layanan SAMSAT keliling.

c. Aspek Psikomotor

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya dalam melakukan aktivitas di SAMSAT keliling sudah dianggap relevan dengan prosedur yang ditetapkan.

### 1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Pengertian pendekatan penelitian metode kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Kirk dan Miller yang dikutip oleh Moleong<sup>54</sup> yaitu tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Relevan dengan pendapat Moleong, menurut Sugiyono<sup>55</sup> “penelitian kualitatif disebut juga penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting)”, sehingga penelitian ini sering disebut sebagai penelitian naturalistik. Obyek yang alamiah adalah obyek yang apa adanya, tidak

---

<sup>54</sup> Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Ed. Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

<sup>55</sup> Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta, hal.1



dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki obyek, setelah berada di obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah. Sedangkan studi kasus adalah eksplorasi tentang sebuah “sistem yang terbatas” dari sebuah ataupun beberapa kasus. Sistem ini dibatasi oleh waktu dan tempat. Sedangkan batasan tempat dan waktu mengacu pada kondisi sebagaimana adanya dari substansi yang bersangkutan. Kasus yang dikaji bisa kasus tunggal dan bisa multi kasus. Kajiannya dilakukan melalui pengumpulan data yang rinci dan mendalam, mencakup multi sumber informasi yang kaya konteks<sup>56</sup>

Dari masalah itu dipilih desain studi kasus karena sejalan dengan permasalahan dan karakteristik penelitian dengan metode kualitatif.

Substansi kasus itu sendiri bisa berupa peristiwa, program, proses (kegiatan), ataupun kelompok individu. Metode penelitian menurut Bailey adalah keseluruhan proses berpikir mulai dari menemukan permasalahan penelitian, menjabarkannya ke dalam suatu kerangka berpikir tertentu, serta pengumpulan data bagi pengujian empiris, sampai dengan penjelasan dan penarikan kesimpulan atas gejala social yang diamati. Jika melihat sifat dari masalah yang ada dalam penelitian ini beserta tujuannya maka peneliti menggunakan metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

---

<sup>56</sup> Moedzakir, M. Djauzi. 2008. *Desain dan Model Penelitian Kualitatif*. Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang ,hal.17





Peneliti merasa perlu menggunakan metode ini karena penelitian kualitatif bisa dilakukan oleh peneliti di bidang ilmu sosial dan perilaku, juga oleh para peneliti yang menyoroti masalah yang terkait dengan perilaku dan peranan manusia. Selain itu jenis penelitian ini dapat digunakan untuk meneliti organisasi, kelompok, dan individu.

Penelitian kualitatif ini mengacu pada berbagai cara pengumpulan data yang berbeda, yang meliputi penelitian lapangan, observasi partisipan, wawancara mendalam, dan bisa juga mencakup dokumen, buku, kaset video, atau mungkin data yang telah dihitung untuk tujuan lain, misalnya data jumlah pengguna Pajak Kendaraan di Gresik. Hasil akhir dari penelitian ini adalah hasil pengolahan data dari observasi di lapangan dan informan - informan tertentu bukan dari sebuah hipotesis atau pengukuran sebelumnya.

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Agar dapat memecahkan masalah atau mengamati suatu masalah penelitian diperlukan prosedur tertentu yang bersifat metodologis. Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian maka tipe dari penelitian menggunakan kualitatif deskriptif karena sesuai dengan fenomena masalah penelitian yang diajukan dimana dengan menggunakan tipe deskriptif peneliti berusaha untuk menggambarkan fenomena sosial yang terjadi sesuai dengan fakta-fakta dan tidak hanya didasarkan pada peraturan normatif yang ada. Seperti diketahui bahwa permasalahan deskriptif merupakan suatu permasalahan yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan subyek yang diteliti, baik hanya pada satu atau



---

lebih. Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan terhadap pengamatan itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan permasalahan itu dengan masalah yang lain.<sup>57</sup>

Berdasarkan pengertian tipe penelitian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti hanya akan menggambarkan tentang pelaksanaan SAMSAT Keliling dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan perpanjangan Pajak Kendaraan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan SAMSAT Keliling.

### **I. 7. 2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana objek penelitian bisa diketemukan. Pada dasarnya, setiap situasi social yang ada menempatkan sebuah laboratorium. Menurut Bogdan, bahwa dalam penelitian, lokasi penelitian kualitatif agar tidak terlalu berpegang pada acuan teori maka penelitian tersebut dikembangkan sesuai dengan pengumpulan data yang ada.

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pelayanan SAMSAT Keliling letaknya di tempat mobil Keliling itu terdapat beroperasi. Dalam penentuan lokasi penelitian tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu :

- 1) Gresik merupakan salah satu kabupaten kota di wilayah Gerbangkertasusila, yang memiliki konsistensi untuk selalu meningkat/naik dalam realisasi pencapaian target PKB yang telah ditetapkan hal inilah yang menjadikan

---

<sup>57</sup> Sugiyono, Prof. DR. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. CV. Alfabeta. 2007. hal: 35



peneliti tertarik untuk mengkaji pencapaian prestasi di kabupaten Gresik dalam hal pencapaian realisasi PKB pada periode 2010/2011 sampai dengan 2012/2013.

- 2) Efektifitas waktu, tenaga dan biaya yang dimiliki oleh peneliti.

### **I. 7. 3. Teknik Pengumpulan Data**

Data merupakan bagian terpenting dalam suatu penelitian, karena hakekat dari penelitian adalah pencarian data yang nantinya diinterpretasikan dan dianalisa. Menurut Lofland & Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan dan selebihnya adalah berupa data tambahan, seperti dokumen dan lain-lain.<sup>58</sup> Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau informasi yang berasal dari informan atau para sumber yang diteliti. Sedangkan data sekunder biasanya berupa dokumen, data-data statistik, sumber data tertulis, laporan yang akan menunjang dan memperkuat data utama untuk dianalisis.

Sehubungan dengan data dan informasi yang dibutuhkan, maka diperlukan teknik pengumpulan data. Ada 3 macam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a) Observasi langsung

Metode yang digunakan adalah pengamatan langsung. Teknik pengamatan ini memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku

---

<sup>58</sup> Bungin. Op. cit hal: 112.



dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Metode ini dipilih karena:

- 1) Dengan cara pengamatan langsung, terdapat kemungkinan untuk mencatat data yang langsung mengenai perilaku yang tipikal dari objek dapat dicatat segera, dan tidak menggantungkan data dari ingatan seseorang
- 2) Pengamatan langsung dapat memperoleh data dan onjek baik yang tidak dapat berkomunikasi secara verbal atau yang tidak mau berkomunikasi secara verbal.

b) Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini menggunakan dokumen resmi dan rekaman hasil wawancara mendalam. Dokumen resmi itu sendiri terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Dokumen internal, berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan dari suatu lembaga pemerintahan, dan sebagainya. Dokumen tersebut dapat menyajikan informasi tentang keadaan, aturan yang terjadi di dalam lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu dilingkungan instansi pemerintah.
- 2) Dokumen eksternal, berisi bahan - bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga pemerintah; misalnya majalah, bulletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa, dan lain - lain.<sup>59</sup>

c) Kuesioner atau angket

---

<sup>59</sup> Moleong, J. Lexy, Prof. DR, M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset. 2008. hal: 186-219

PENDAHULUAN

---

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan seperangkat pertanyaan tertulis yang telah disusun secara terstruktur kepada responden sebagai sumber dari sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Kuesioner ini akan dibagikan kepada sekitar 25 wajib pajak (WP) yang melakukan aktivitas pembayaran pajak kendaraan bermotor mereka di layanan SAMSAT keliling di kabupaten Gresik

