

DIFUSI INOVASI PELAYANAN PUBLIK (INOVASI PELAYANAN “SAMSAT ON THE SPOT” DI KANTOR BERSAMA SAMSAT KARANGPLOSO KABUPATEN MALANG)

Rahmalia Ibenty Mardiyanti

Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga

Abstract

This study aims to describe the diffusion of innovation service “Samsat on The Spot” in Kantor Bersama Samsat Karangploso and to find out what factors that affect it. The background of this research is the existence of the problem of the number and the increasing number of objects of motor vehicles so as to bring innovation service “Samsat on The Spot”. In addition, related to how many times the officer in providing socialization about the service “Samsat on The Spot”. Method that is used in this research is qualitative research method with descriptive research type. Determination of informant with purposive sampling and accidental sampling technique. The data were collected by interview, observation, and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, interpretation, and conclusion of research results. The results of this study note that in the diffusion of innovation service “Samsat on The Spot” runs less well. Communication channels used are interpersonal channels and mass media and stage of innovation decision process that is the stage of knowledge, stage of persuasion, decision stage, implementation stage, and confirmation stage. For factors that affect the diffusion of innovation service “Samsat on The Spot” that individual factor is enough to influence the diffusion of service innovation “Samsat on The Spot”, cultural factors such as taxpayer awareness in paying taxes and the absence of risk taxpayers get on service “Samsat on The Spot,” and a reliable source of information comes from the socialization of officers, “Rujak Limpung”, banners, and electronic media (electronic newspaper and radio). Found other factors that affect such as the internal factors of officers and environmental factors.

Keywords: Public service, diffusion of innovation, service Samsat on The Spot.

PENDAHULUAN

Masyarakat dalam perkembangannya tidak terlepas dari berbagai macam kebutuhan. Ada pun kebutuhan primer yang merupakan kebutuhan mendasar dan diperlukan oleh setiap manusia seperti kebutuhan pangan, kebutuhan sandang dan kebutuhan papan. Meski begitu, kebutuhan primer, tidak terlepas kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan sekunder pun merupakan kebutuhan yang dapat menunjang kehidupan untuk mendapatkan kenyamanan seperti kipas angin, meja, kursi, dan sebagainya. Sedangkan untuk kebutuhan tersier dinilai sebagai kebutuhan pelengkap yang lainnya. Kebutuhan tersier ini seringkali dikategorikan sebagai kebutuhan akan barang mewah seperti transportasi. Terlepas dari meningkatnya kebutuhan primer dan sekunder, kebutuhan tersier yang berupa transportasi pun juga dinilai mengalami peningkatan. Khususnya kebutuhan transportasi kendaraan bermotor yang ada di Indonesia.

Kendaraan bermotor merupakan setiap kendaraan yang digerakkan oleh peralatan teknik yang ada pada kendaraan tersebut, biasanya digunakan untuk angkutan orang atau barang di atas jalan raya selain kendaraan yang berjalan di atas rel. Mengacu pada

definisi mengenai kendaraan bermotor, dapat dikatakan bahwa kendaraan bermotor merupakan semua jenis kendaraan yang dioperasikan oleh mesin dan beroperasi di jalan raya dengan tujuan untuk mengangkut orang atau barang. Kendaraan bermotor menjadi salah satu alat transportasi yang dinilai cukup menunjang segala aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat melalui semakin bertambahnya jumlah kendaraan bermotor yang ada hampir di beberapa daerah di Indonesia. Berikut merupakan data mengenai jumlah kendaraan bermotor di Indonesia.

Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Berdasarkan Jenis Kendaraan Tahun 2013 – 2015

Jenis Kendaraan	Tahun 2013 (unit)	Tahun 2014 (unit)	Tahun 2015 (unit)
Mobil Penumpang	11.484.514	12.599.038	13.423.483
Bus	2.286.309	2.398.846	2.402.720
Truk	5.615.494	6.235.136	6.505.595
Sepeda Motor	84.732.652	92.976.240	99.675.001
Jumlah	104.118.969	114.209.260	122.006.799

Sumber: Statistik Indonesia 2016, Badan Pusat Statistik (data diolah).

Tabel 1. Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Berdasarkan Jenis Kendaraan Tahun 2013 - 2015

Tabel 1 terlihat bahwa dari tahun 2013 hingga 2015 jumlah kendaraan bermotor yang ada di Indonesia selalu mengalami kenaikan jumlah baik untuk jenis kendaraan mobil penumpang, bus, truk dan sepeda motor. Terlihat bahwa untuk jenis mobil penumpang rata-rata mengalami kenaikan sebesar 1.000.000 unit

setiap tahunnya. Lalu untuk bus juga mengalami kenaikan jumlah dengan rata-rata 100.000 unit per tahun. Truk juga mengalami kenaikan jumlah meskipun berbeda untuk kenaikan jumlah dari tahun 2013 ke 2014 dan 2014 ke 2015. Kenaikan jumlah truk untuk tahun 2013 ke tahun 2014 adalah sebesar 619.642 unit, sedangkan dari tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami kenaikan jumlah sebesar 270.459 unit. Jenis sepeda motor mengalami kenaikan jumlah dari tahun 2013 ke 2014 sebesar 8.243.588 unit dan mengalami kenaikan jumlah dari tahun 2014 ke 2015 sebesar 6.698.761 unit. Diketahui bahwa tingkat kebutuhan masyarakat Indonesia untuk transportasi jenis kendaraan bermotor sangat tinggi untuk setiap tahunnya dan berpengaruh juga terhadap kenaikan jumlah kendaraan bermotor. Hal ini terbukti dengan adanya kenaikan jumlah kendaraan bermotor yang hampir terjadi di seluruh wilayah Indonesia, dapat dilihat melalui data berikut:

Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Berdasarkan Provinsi Tahun 2013 – 2015

No.	Provinsi	Tahun 2013 (Unit)	Tahun 2014 (Unit)	Tahun 2015 (Unit)
1.	Aceh	2.611.860	2.873.331	3.071.267
2.	Sumatera Utara	5.665.438	5.865.001	6.273.227
3.	Sumatera Barat	1.933.560	2.042.822	2.178.048
4.	Riau	2.533.654	2.680.163	2.858.907
5.	Jambi	3.643.088	3.970.850	4.243.444
6.	Sumatera Selatan	4.172.168	4.391.111	4.693.692
7.	Bengkulu	938.474	976.118	1.043.846
8.	Lampung	2.577.853	2.718.074	2.907.537
9.	Kep. Bangka Belitung	867.893	910.445	973.183
10.	Kepulauan Riau	1.068.364	1.133.998	1.212.520
11.	DKI Jakarta	14.734.601	17.853.804	19.054.690
12.	Jawa Barat	7.993.846	9.236.835	9.862.422
13.	Jawa Tengah	12.309.278	13.297.231	14.227.867
14.	DI Yogyakarta	3.643.412	3.707.232	3.964.977
15.	Jawa Timur	13.199.239	13.840.116	14.808.471
16.	Banten	1.473.344	2.434.155	2.603.852
17.	Bali	3.961.644	4.170.073	4.455.513
18.	Nusa Tenggara Barat	1.783.741	1.904.570	2.033.812
19.	Nusa Tenggara Timur	1.149.753	1.219.698	1.300.598
20.	Kalimantan Barat	2.267.762	2.382.441	2.543.239
21.	Kalimantan Tengah	1.264.844	1.310.010	1.395.111
22.	Kalimantan Selatan	2.143.380	2.435.063	2.593.917
23.	Kalimantan Timur	2.518.349	2.656.779	2.833.998
24.	Sulawesi Utara	1.201.652	1.269.636	1.351.868
25.	Sulawesi Tengah	2.117.502	2.188.552	2.337.652
26.	Sulawesi Selatan	3.314.753	3.501.135	3.731.682
27.	Sulawesi Tenggara	1.264.661	1.373.260	1.463.155
28.	Gorontalo	393.602	419.165	443.299
29.	Maluku	574.201	595.524	636.860
30.	Maluku Utara	75.765	88.758	94.847
31.	Papua	721.288	763.310	813.298
Jumlah		104.118.969	114.209.260	122.006.799

Sumber: Statistik Indonesia 2016, Badan Pusat Statistik (data telah diolah).

Tabel 2 Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Berdasarkan Provinsi Tahun 2013 – 2015.

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa semua wilayah di berbagai provinsi yang ada di Indonesia telah mengalami kenaikan jumlah kendaraan bermotor dari rentang tahun 2013 hingga 2015. Adapun dari beberapa jumlah provinsi tersebut, terdapat 3 provinsi yang menunjukkan jumlah kendaraan bermotor tertinggi diantara provinsi yang lain. Ketiga provinsi tersebut yaitu Provinsi DKI Jakarta, Provinsi Jawa Timur dan Provinsi Jawa Tengah. Jumlah kenaikan kendaraan bermotor di DKI Jakarta mengalami kenaikan sebesar 3.119.203 unit untuk selisih pada tahun 2013 ke tahun 2014, lalu mengalami kenaikan

sebesar 1.200.886 unit untuk selisih pada tahun 2014 ke tahun 2015. Sedangkan Provinsi Jawa Timur yang menempati posisi kedua juga menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat melalui selisih jumlah kenaikan jumlah kendaraan bermotor setiap tahun yaitu 640.887 unit untuk tahun 2013 ke tahun 2014, dan sebanyak 968.335 unit untuk tahun 2014 ke tahun 2015. Dan yang terakhir adalah Provinsi Jawa Tengah yang mengalami jumlah kenaikan dari tahun 2013 ke tahun 2014 sebesar 987.953 unit dan mengalami jumlah kenaikan dari tahun 2014 ke tahun 2014 sebesar 930.636 unit. daerah. Oleh karena itu UPT-LPKD banyak mendapat kunjungan dari institusi maupun pemerintah daerah lain.

Adanya peningkatan jumlah kendaraan bermotor tersebut, tentu saja akan berpengaruh terhadap peningkatan pajak, khususnya untuk pajak daerah. Dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor akan berpotensi meningkatkan penerimaan jumlah pajak dan berimbas pada pendapatan daerah. Begitu juga dengan wilayah Jawa Timur yang menjadi provinsi kedua dengan jumlah kendaraan bermotor yang meningkat setiap tahunnya. Adapun berikut merupakan data kenaikan jumlah kendaraan bermotor yang terdapat di Jawa Timur:

Jumlah Kendaraan Bermotor di Jawa Timur Tahun 2013 – 2015

No.	Kabupaten / Kota	Tahun 2013 (Unit)	Tahun 2014 (Unit)	Tahun 2015 (Unit)
1.	Kabupaten Bangkalan	187.879	193.423	216.034
2.	Kabupaten Banyuwangi	368.146	571.577	563.976
3.	Kabupaten Blitar	392.053	413.714	434.476
4.	Kabupaten Bojonegoro	323.148	363.255	399.547
5.	Kabupaten Bondowoso	80.768	112.432	127.559
6.	Kabupaten Gresik	340.097	412.945	526.305
7.	Kabupaten Jember	462.437	529.857	652.139
8.	Kabupaten Jombang	143.448	173.706	213.184
9.	Kabupaten Kediri	397.183	449.026	565.197
10.	Kabupaten Lamongan	337.537	389.079	427.908
11.	Kabupaten Lumajang	152.468	183.204	224.986
12.	Kabupaten Madiun	230.540	243.814	278.453
13.	Kabupaten Magetan	245.286	269.536	325.634
14.	Kabupaten Malang	245.121	263.194	746.140
15.	Kabupaten Mojokerto	110.456	152.634	219.475
16.	Kabupaten Nganjuk	365.586	398.475	448.154
17.	Kabupaten Ngawi	216.229	203.904	213.614
18.	Kabupaten Pacitan	129.442	159.304	167.342
19.	Kabupaten Pamekasan	119.248	135.960	166.364
20.	Kabupaten Pasuruan	248.465	318.543	398.576
21.	Kabupaten Ponorogo	316.018	358.992	388.071
22.	Kabupaten Probolinggo	179.002	179.457	179.839
23.	Kabupaten Sampang	58.772	60.819	62.156
24.	Kabupaten Sidoarjo	1.088.938	1.343.629	1.594.676
25.	Kabupaten Situbondo	127.534	137.182	148.935
26.	Kabupaten Sumenep	86.098	103.259	130.475
27.	Kabupaten Trenggalek	195.162	223.692	249.049
28.	Kabupaten Tuban	323.276	432.007	512.865
29.	Kabupaten Tulungagung	448.675	464.435	490.125
30.	Kota Batu	30.495	34.586	37.794
31.	Kota Blitar	75.861	80.330	99.112
32.	Kota Kediri	141.901	156.994	171.460
33.	Kota Madiun	101.047	96.910	145.694
34.	Kota Malang	487.187	512.072	512.154
35.	Kota Mojokerto	102.432	154.623	203.412
36.	Kota Pasuruan	83.479	98.254	109.565
37.	Kota Probolinggo	74.650	89.273	96.868
38.	Kota Surabaya	3.804.184	4.062.220	4.312.629
Jumlah		13.199.239	13.840.116	14.808.471

Sumber: Badan Pusat Statistik (data diolah)

Tabel 3 Jumlah Kendaraan Bermotor di Jawa Timur Tahun 2013 - 2015

Pada tabel 3 tersebut, diketahui semua wilayah kabupaten atau kota yang ada di Jawa Timur yang mengalami kenaikan jumlah kendaraan bermotor setiap tahunnya dalam rentang tahun 2013 hingga 2015. Diketahui juga bahwa terdapat 5 wilayah dengan jumlah kendaraan bermotor tertinggi dan juga mengalami kenaikan setiap tahunnya adalah Kota Surabaya, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Jember, dan Kota Malang. Untuk Kota Surabaya, jumlah kendaraan bermotor pada tahun 2013 sebesar 3.804.184 unit, tahun 2014 sebesar 4.062.220 unit dan tahun 2015 sebesar 4.312.629 unit. Untuk Kabupaten Sidoarjo, jumlah kendaraan bermotor pada tahun 2013 sebesar 1.088.938 unit, tahun 2014 sebesar 1.343.629 unit dan tahun 2015 sebesar 1.594.676 unit. Sedangkan untuk Kabupaten Banyuwangi secara berurutan sejak tahun 2013 hingga 2014 mengalami kenaikan jumlah kendaraan bermotor sebesar 568.146 unit, 571.577 unit, namun pada tahun 2015 mengalami penurunan jumlah kendaraan bermotor menjadi 563.976 unit. Untuk Kabupaten Jember pada tahun 2013 jumlah kendaraan bermotor sebesar 462.437 unit, tahun 2014 sebesar 529.857 unit, dan tahun 2015 sebesar 652.139 unit. Sedangkan untuk Kota Malang pada tahun 2013 jumlah kendaraan yaitu sebesar 487.187 unit, tahun 2014 sebesar 512.072 dan tahun 2015 sebesar 512.154. Namun, ditemukan adanya kenaikan jumlah kendaraan yang dinilai cukup signifikan yaitu pada wilayah Kabupaten Malang, khususnya pada tahun 2014 ke tahun 2015 yang awalnya sebesar 263.194 unit menjadi 746.140 unit. Hal tersebut apabila dihitung berapa besar kenaikan jumlah kendaraan bermotornya adalah sebesar 482.946 unit. Apabila dibandingkan dengan wilayah lainnya, besarnya kenaikan jumlah kendaraan bermotor tersebut adalah yang paling tinggi di wilayah Jawa Timur dari tahun 2014 ke tahun 2015. Dengan adanya temuan tersebut, dapat dinilai bahwa dengan semakin bertambahnya jumlah kendaraan bermotor, tentunya juga akan memengaruhi dalam penerimaan pajak kendaraan bermotor di wilayah tersebut, terutama dalam realisasi pajak kendaraan bermotor.

Dengan mengetahui adanya kenaikan jumlah kendaraan bermotor setiap tahunnya, terdapat suatu strategi untuk menangani permasalahan banyaknya jumlah kendaraan motor yang ada dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah realisasi pajak kendaraan di Jawa Timur. Salah satu Unit Pelaksana Teknis Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur telah menerapkan suatu pelayanan yang sekiranya dapat mengatasi dan meningkatkan realisasi pajak kendaraan bermotor, khususnya di wilayah Kabupaten Malang. Pelayanan tersebut yaitu “Samsat on The Spot”, yang

merupakan salah satu bentuk pengembangan dari pelayanan Samsat Keliling yang ada di Kabupaten Malang khususnya untuk wilayah Malang Utara dan Batu Kota. Hal tersebut juga dikarenakan adanya permasalahan yaitu diketahui jumlah kenaikan kendaraan bermotor di Kabupaten Malang dari tahun 2014 ke tahun 2015 yang cukup signifikan yakni sebesar 482.946 unit. Hal ini juga diketahui dengan data obyek pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama Samsat Karangploso mengalami peningkatan setiap tahunnya. Adapun berikut data mengenai obyek pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama Samsat Karangploso:

Data Obyek Pajak Kendaraan Bermotor Tahunan di Kantor Bersama Samsat Karangploso Tahun 2012 – 2015

Jenis Kendaraan	Tahun			
	2012 (unit)	2013 (unit)	2014 (unit)	2015 (unit)*
Mobil Penumpang	17.998	19.459	21.586	22.613
Mobil Bus	390	487	591	665
Mobil Barang	5.923	6.503	7.950	8.837
Sepeda Motor	194.109	196.327	217.398	222.647
Alat Berat	25	25	27	27
Jumlah	218.445	222.801	247.552	254.791

Sumber: Unit Pelaksana Teknis Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota (data diolah).

Keterangan: *) Hanya sampai bulan Januari 2015

Tabel 4 Data Obyek Pajak Kendaraan Bermotor Tahunan di Kantor Bersama Samsat Karangploso Tahun 2012 – 2015.

Pada tabel 4, terlihat bahwa dari tahun 2012 hingga Januari 2015 jumlah obyek pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama Samsat Karangploso Kabupaten Malang mengalami peningkatan jumlah obyek di setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2012 jumlah total keseluruhan obyek pajak kendaraan bermotor sebesar 218.445 unit, tahun 2013 naik menjadi 222.801 unit, tahun 2014 juga naik menjadi 247.552 unit. Dan walaupun sampai awal tahun 2015 juga mengalami peningkatan sebesar 254.791 unit. Adanya penambahan obyek pajak kendaraan tahunan tersebut, memungkinkan potensi pajak yang diterima oleh Kantor Bersama Samsat Karangploso juga ikut naik dan mampu memenuhi target pajak kendaraan bermotor.

Namun, diketahui kenaikan jumlah kendaraan bermotor tersebut ternyata tidak diimbangi dengan realisasi pencairan pajak kendaraan bermotor. Hal ini menyebabkan tunggakan atau piutang pajak pada UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota dinilai cukup besar. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tunggakan Pajak dan Realisasi Pencairan Pajak Kendaraan Bermotor di UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota Tahun 2013 – 2015

Tahun	Tunggakan Pajak		Pencairan Pajak		Persentase Realisasi
	Obyek	Potensi	Obyek	Realisasi	
2013	175.376	Rp. 24.218.737.050	48.973	Rp. 9.638.439.520	39,79%
2014	135.321	Rp. 22.369.938.248	57.206	Rp. 5.262.317.118	23,52%
2015	167.313	Rp. 25.427.520.267	54.080	Rp. 9.869.361.631	38,81%

Sumber: UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota Tahun 2015 (data diolah)

Tabel 5 Tunggakan Pajak dan Realisasi Pencairan Pajak di UPT Bapenda Jatim Malang Utara dan Batu Kota

Berdasarkan tabel 5 tersebut, dapat diketahui bahwa ternyata dalam rentang tahun 2013 hingga 2015 tunggakan pajak yang ada yaitu lebih besar dibandingkan dengan realisasi pencairan pajaknya. Dan tunggakan pajak tertinggi yaitu pada tahun 2015 sebesar Rp. 25.427.520.267 sementara realisasinya yaitu Rp. 9.869.361.631 dengan persentase realisasi hanya sebesar 38,81%. Dengan adanya temuan tersebut, maka pihak UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota pun melakukan evaluasi dan pemetaan wilayah untuk melihat adanya permasalahan tersebut. Setelah dipelajari lebih lanjut, ditemukan sejumlah tunggakan yang besar di wilayah Kecamatan Lawang dan Kecamatan Singosari yang disebabkan beberapa permasalahan seperti :

1. Terbatasnya waktu dan lokasi pelayanan;
2. Terbatasnya waktu wajib pajak yang bekerja di perusahaan-perusahaan untuk membayar pajak kendaraan bermotor dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) serta melakukan pengesahan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) setiap tahun;
3. Wajib pajak masih harus mendatangi tempat layanan di sela waktu bekerja baik di Samsat Induk atau Samsat Unggulan.

Dengan ditemukannya permasalahan tersebut, maka dalam Rapat Pembina Samsat Jawa Timur memutuskan untuk mengembangkan layanan unggulan yang mana layanan tersebut berkaitan dengan petugas pajak yang mendatangi spot atau titik wilayah yang ditetapkan untuk mengumpulkan wajib pajak yang dinamakan “SOS”. Adapun singkatan dari SOS yaitu “Samsat on The Spot” yang juga memiliki tagline “Solusi Orang Sibuk” yang ditujukan bagi wajib pajak yang mempunyai keterbatasan waktu untuk membayar pajak.

Dengan adanya pelayanan “Samsat on The Spot” ini, dinilai menjadi layanan yang unik dan kreatif yang dapat merubah paradigma atau pandangan masyarakat bahwa pelayanan publik tidak harus diberikan di kantor pemberi layanan, tetapi petugas pemberi layanan yang mendatangi lokasi wajib pajak pada waktu dan lokasi yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan mitra kerja. Layanan yang diberikan melalui pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu: (a) pembayaran pajak kendaraan bermotor; (b) pembayaran SWDKLLJ; (c) dan pengesahan STNK per- tahun oleh petugas. Ada pun tujuan utama dari diciptakannya layanan ini adalah dapat memberikan pelayanan yang efektif serta efisien kepada masyarakat yang berada di wilayah kerja Kantor Bersama Samsat Karangploso dan diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang tertera pada penjabaran

permasalahan sebelumnya. Keberhasilan adanya inovasi pelayanan “Samsat on The Spot” ini, dapat diketahui dengan banyaknya wajib pajak yang dan realisasi pajak yang diterima sejak awal pelaksanaan pelayanan “Samsat on The Spot”. Adapun berikut datanya:

Jumlah Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan Realisasi Pajak Melalui Pelayanan “Samsat on The Spot” Tahun 2015-2017 di Kantor Bersama Samsat Karangploso Kabupaten Malang

Bulan	Wajib Pajak (orang)			Realisasi Pajak (Rupiah)		
	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Januari	-	736	977	-	159.663.850	343.277.300
Pebruari	-	742	987	-	181.858.500	394.633.000
Maret	-	871	1.211	-	200.967.150	442.127.800
April	-	831	1.222	-	197.594.350	442.611.400
Mei	-	890	1.344	-	204.412.950	462.586.600
Juni	-	595	910	-	141.619.450	328.132.300
Juli	-	678	1.054	-	192.682.450	454.152.600
Agustus	-	861	1.360	-	209.549.300	499.146.500
September	-	1.090	1.739	-	230.480.950	799.103.000
Oktober	-	1.047	-	-	236.863.300	-
November	-	2.619	-	-	1.214.547.390	-
Desember	40	3.474	-	19.635.600	1.814.548.072	-

Sumber: Kantor Bersama Samsat Karangploso (data diolah)

Tabel 6 Jumlah Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan Realisasi Pajak Melalui Pelayanan “Samsat on The Spot”.

Berdasarkan tabel 6, awal diberlakukannya inovasi pelayanan “Samsat on The Spot” pada Desember tahun 2015, terdapat sejumlah pembayar pajak melalui layanan ini sebesar 40 wajib pajak dengan realisasi pajak sebesar Rp. 19.635.600. Namun, terjadi kenaikan jumlah pembayar pajak kendaraan bermotor melalui pelayanan “Samsat on The Spot” untuk tahun 2016 dan untuk sebagian di tahun 2017. Meskipun pelayanan “Samsat on The Spot” mengalami kenaikan dan penurunan jumlah wajib pajak, namun dapat dilihat pada setiap bulannya masih terdapat beberapa wajib pajak yang menggunakan pelayanan “Samsat on The Spot” dan jumlahnya sendiri rata-rata masih berada di atas 500 orang. Adapun juga hasil dari adanya pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu terdapatnya realisasi pajak sehingga memungkinkan tunggakan pajak akan berkurang. Pada tabel 6, juga dijabarkan bahwa realisasi pajak pada pelayanan “Samsat on The Spot” juga mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2015 hingga 2017. Meski begitu masih dapat dilihat terdapat kenaikan pesat jumlah pengguna pelayanan “Samsat on The Spot” di bulan September tahun 2017 dengan total jumlah wajib pajak mencapai angka 1.739 orang dengan perolehan realisasi pajak sebesar Rp. 799.103.000. Hal ini dinilai menunjukkan pelayanan masih berjalan dengan cukup baik sehingga mampu mencapai jumlah target wajib pajak dengan realisasi pajak sebesar angka tersebut.

Selain itu, pada kenyatannya pelayanan ini pernah mendapatkan penghargaan yaitu masuk pada daftar inovasi pelayanan publik yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi melalui ajang kompetisi inovasi

pelayanan publik Top 99 Inovasi Pelayanan Publik tahun 2016. Ada pun penjabaran dan pemaparan data lebih lanjut mengenai prestasi yang diperoleh UPT Dinas Pendapatan Daerah Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota serta Kantor Bersama Samsat Karangploso melalui inovasi pelayanan “Samsat on The Spot” adalah sebagai berikut:

Daftar Program-Program Inovasi di Jawa Timur Yang Masuk Top 99 Inovasi Pelayanan Publik Tahun 2016

No.	Judul Inovasi	Instansi	Unit Inovasi Pelayanan
1.	<i>Panic Button On Hand</i> Polres Malang Kota	Kepolisian Republik Indonesia	Polres Malang Kota
2.	Jatim ProMag (Jawa Timur Pro Magang Kerja)	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi dan Kependudukan
3.	<i>Under Water Restocking</i> Peningkatan Potensi Sumberdaya Ikan melalui Penyebaran Benih Ikan di dasar laut	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Dinas Perikanan dan Kelautan
4.	Jalin Mitra (Jalan Lain Menuju Mandiri Dan Sejahtera) Penanggulangan Feminisasi Kemiskinan	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Badan Pemberdayaan Masyarakat
5.	Klinik Kumkm Jatim Model Solusi Nasional Pemberdayaan Koperasi & UMKM	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Dinas Koperasi dan UMKM
6.	Menjebol Dokumen Kapal	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Dinas Perikanan dan Kelautan
7.	Apel Baja (Aplikasi Pelayanan Pengadaan Barang/Jasa)	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	UPT Pelayanan Pengadaan Barang Jasa
8.	BRAVO PALA INDONESIA BERMUTU, Solusi menghilangkan Notifikasi Pala Indonesia	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Otoritas Kompeten Keamanan Pangan Daerah (OKKP-D)
9.	Ini Lo Pak De Inovasi Laboratorium Pengelolaan Keuangan Daerah	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah
10.	“SINTA” Sistem Inter-Operabilitas Database Jembatan Timbang dengan UPKB	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan
11.	Layanan “Samsat on The Spot” (SOS) KB. Samsat Karangploso	Pemerintah Provinsi Jawa Timur	KB. Samsat Karangploso dan UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota

Tabel 7 Daftar Program-Program Inovasi di Jawa Timur Yang Masuk Top 99 Inovasi Pelayanan Publik 2016

Berdasarkan tabel 7, terlihat bahwa pelayanan “Samsat on The Spot” berada dalam peringkat kesebelas. Hal ini menjadi salah satu bentuk prestasi yang ditorehkan oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur, khususnya UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota serta Kantor Bersama Samsat Karangploso dalam mengusung sebuah inovasi pelayanan publik yang mana diharapkan mampu untuk menjadi solusi dari permasalahan seputar adanya kenaikan jumlah kendaraan bermotor serta tunggakan wajib pajak yang menjadikan wajib pajak terkendala membayar pajak karena terbatasnya waktu dan lokasi pelayanan yang dinilai cukup jauh.

Adanya keberhasilan suatu inovasi pelayanan “Samsat on The Spot” tidak terlepas dari proses difusi inovasi yang ada pada pelayanan “Samsat on The Spot”. Proses difusi yang dimaksudkan yaitu berkaitan dengan proses komunikasi dalam menyebarkannya penginformasian oleh petugas mengenai pelayanan

“Samsat on The Spot” sehingga masyarakat dapat mengetahui adanya pelayanan tersebut. Adapun upaya petugas untuk menyebarkan atau menginformasikan mengenai pelayanan “Samsat on The Spot” salah satunya yaitu melalui sosialisasi. Namun pada kenyataannya, sosialisasi yang dilakukan oleh petugas dinilai masih belum maksimal. Hal ini dapat diketahui dari data sosialisasi sebagai berikut:

Pelaksanaan Sosialisasi Pelayanan “Samsat on The Spot” Tahun 2015 – 2017.

No.	Lokasi Sosialisasi “Samsat on The Spot”	Kecamatan	Pelaksanaan	
			Tahun 2015 & 2016	Tahun 2017
1.	PT. Sumber Alfaria Trijaya	Singosari	14-15 Desember 2015	16-17 Januari 2017
2.	PT. Beierdorf Indonesia	Singosari	1-2 Desember 2015	30-31 Januari 2017
3.	PT. Restu Abadi	Singosari	4-5 Januari 2016	23-28 Februari 2017
4.	PT. Molindo Inti Raya	Lawang	11-12 Januari 2016	13-14 Februari 2017
5.	PT. Otsuka Indonesia	Lawang	18-19 Januari 2016	20-21 Maret 2017
6.	PT. New Minatex	Lawang	1-2 Februari 2016	-
7.	PT. Bentoel Prima	Karangploso	8-9 Februari 2016	9-10 April 2017
8.	Institut Teknologi Nasional	Karangploso	22-23 Februari 2016	-
9.	Universitas Muhammadiyah	Dau	7-8 Maret 2016	-
10.	Taksi Bandara	Pakis	21-22 Maret 2016	8-9 Mei 2017
11.	PT. Indomarco Adi Prima	Pakis	28-29 Maret 2016	12-13 Juni 2017
12.	PT. Gatra Mapan	Pakis	5-6 April 2016	24-25 Juli 2017
13.	Gabrielle (Jeana)	Pakis	12-13 April 2016	-
14.	PT. Fastratra Buana	Pakis	25-26 April 2016	21-22 Agustus 2017
15.	Koperasi Susu “KAN”	Jabungung	16-17 Mei 2016	7-8 September 2017
16.	Balai Desa Randuagung	Singosari	23-24 Mei 2016,	18-19 September 2017
17.	Balai Desa Kalisongo	Dau	6-7 Juni 2016,	9-10 Oktober 2017
18.	Kantor Kecamatan Dau	Dau	20-21 Juni 2016	-
19.	Desa Mulyoagung	Dau	12-13 Juli 2016	-
20.	Desa Landungsari	Dau	23-24 Juli 2016	-
21.	Desa Sumbersekar	Dau	1-2 Agustus 2016	-
22.	Desa Bunut Wetan	Pakis	13-14 Agustus 2016	-
23.	Pasar Singosari	Singosari	5-6 September 2016	-
24.	Desa Pagetan	Singosari	13-14 September 2016	-
25.	Desa Banjararum	Singosari	18-19 Oktober 2016	-
26.	Desa Ardumulyo	Singosari	-	19-20 November 2017
27.	Desa Sidadadi	Lawang	15-16 November 2016	-
28.	Lamud Abdul R. Saleh	Pakis	19-20 Desember 2016	5-6 November 2017

Sumber: Kantor Bersama Samsat Karangploso Tahun 2017 (data diolah).

Tabel 8 Pelaksanaan Sosialisasi Pelayanan “Samsat on The Spot”

Berdasarkan tabel 8, sosialisasi yang dilakukan petugas dalam mengenalkan pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu berada pada 28 lokasi yang berbeda. Sedangkan pelaksanaan sosialisasi juga dilakukan di waktu yang berbeda setiap tahunnya sejak tahun 2015 hingga 2017. Meskipun telah melakukan sosialisasi di berbagai tempat, pada kenyataannya cakupan wilayah yang mendapatkan sosialisasi mengenai pelayanan “Samsat on The Spot” hanya beberapa kecamatan saja yaitu Kecamatan Singosari, Kecamatan Lawang, Kecamatan Dau, Kecamatan Karangploso, Kecamatan Pakis, Kecamatan Jabung. Sedangkan untuk cakupan kerja Kantor Bersama Samsat Karangploso adalah 8 kecamatan yaitu Kecamatan Singosari, Kecamatan Lawang, Kecamatan Karangploso, Kecamatan Dau, Kecamatan Tumpang, Kecamatan Poncokusumo, Kecamatan Pakis, dan Kecamatan Jabung. Sementara pada tabel tersebut tidak ditemui adanya pelaksanaan sosialisasi dalam menyebarkan pelayanan “Samsat on The Spot” di wilayah Kecamatan Poncokusumo dan

Kecamatan Tumpang. Padahal untuk wilayah Kecamatan Poncokusumo dan Kecamatan Tumpang merupakan dua wilayah yang letaknya dinilai tergolong jauh dari Kantor Bersama Samsat Karangploso, yang mana terletak di Kecamatan Karangploso. Hal ini dinilai bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh petugas masih tergolong belum menyeluruh dalam menyebarkan atau menginformasikan mengenai adanya pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Fakta ini memperlihatkan bahwa proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” yang ada dinilai masih belum maksimal.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai proses difusi inovasi pelayanan publik pada inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Ada pun alasan memilih tema penelitian ini dikarenakan pelayanan ini merupakan salah satu bentuk inovasi pelayanan yang berada di Kantor Bersama Samsat Karangploso sebagai salah satu inovasi yang bertujuan dalam mengatasi adanya tunggakan pajak kendaraan bermotor untuk pajak kendaraan bermotor tahunan. Namun ternyata terdapat temuan bahwa sosialisasi dalam proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” dinilai masih belum maksimal dengan terdapatnya dua wilayah yaitu Kecamatan Poncokusumo dan Kecamatan Tumpang yang belum mendapatkan sosialisasi mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Sementara kedua kecamatan tersebut merupakan dua wilayah yang masuk dalam wilayah kerja Kantor Bersama Samsat Karangploso.

Selain itu, peneliti saat melakukan survei menemukan kurang aktifnya pihak penyelenggara layanan dalam memberikan informasi terkait pelaksanaan layanan “*Samsat on The Spot*” seperti hanya menempelkan banner pada halaman Kantor Bersama Samsat Karangploso terkait kapan pelaksanaan pelayanan tersebut. Hal ini dapat dinilai berkaitan dengan bagaimana penyebaran dari inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” yang dilaksanakan oleh UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota serta Kantor Bersama Samsat Karangploso. Alasan peneliti juga memilih untuk penelitian di Kantor Bersama Samsat Karangploso dengan tema difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah karena Kantor Bersama Samsat Karangploso merupakan satu-satunya instansi yang menerapkan inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Ada pun sebagai pertimbangan lain, peneliti memilih penelitian dengan tema ini yaitu terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dinilai masih terkait dengan penelitian yang akan diteliti ini yaitu mengenai difusi inovasi, yang lebih berfokus pada difusi inovasi pelayan

publik. Selain difusi inovasi, peneliti juga tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang memengaruhi difusi inovasi pada pelayanan “*Samsat on The Spot*” di Kantor Bersama Samsat Karangploso.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan faktor-faktor yang memengaruhi difusi inovasi pada pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada Kantor Bersama Samsat Karangploso terkait saran yang diberikan guna sebagai upaya untuk perbaikan bagi pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak lain mengenai proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan faktor-faktor yang memengaruhi difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling dan accidental sampling. Penelitian ini menggunakan pihak informan yang terlibat seperti Kasi Penagihan dan Pembayaran UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota, staf Kantor Bersama Samsat Karangploso yang terlibat pelayanan “*Samsat on The Spot*”, wajib pajak yang menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan wajib pajak yang tidak menggunakan pelayanan tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer (hasil wawancara) dan data sekunder (data pendukung yang diperoleh dari Kantor Bersama Samsat Karangploso, observasi, dan data dokumentasi). Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Pelayanan Publik

Pelayanan publik dalam Kemenpan No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 diketahui yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan dalam Bab I Pasal 1 Ayat 1 UU No. 25/2009, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan / atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Konsep Inovasi di Sektor Publik

Yogi Suwarno (2008:8) menjelaskan bahwa inovasi sendiri berasal dari bahasa latin *innovare* yang artinya berubah sesuatu yang menjadi baru. Sementara Damanpour dalam Suwarno (2008:9) menjelaskan bahwa sebuah inovasi dapat berupa produk atau jasa yang baru, teknologi proses produksi yang baru, sistem struktur dan administrasi baru atau rencana baru bagi anggota organisasi. Sedangkan Rogers dalam Suwarno (2008:9) menjelaskan bahwa *an innovation is an idea, practice, or object that is perceived as new by individual or other unit of adopter*. Dari pengertian Damanpour dan Rogers tersebut, dapat diketahui bahwa inovasi merupakan sesuatu yang berwujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*). Berdasarkan berbagai penjelasan, maka yang dimaksud sebagai inovasi di sektor publik pada penelitian ini yaitu suatu ide atau gagasan baru yang berbentuk produk pelayanan yang bersifat kebaruan, berupa pelayanan "*Samsat on The Spot*" yang dilaksanakan oleh UPT Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Malang Utara dan Batu Kota serta Kantor Bersama Samsat Karangploso.

Difusi Inovasi

Everett M. Rogers (2003:4-5) mendefinisikan difusi merupakan proses penyampaian inovasi melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu kepada anggota sistem sosial. Rogers menyampaikan bahwa difusi merupakan salah satu jenis komunikasi khusus yang mana berkaitan dengan gagasan baru. Dari apa yang disampaikan oleh Rogers tersebut, bahwa difusi selalu berkaitan dengan inovasi atau gagasan kebaruan. Dari sana diperoleh bahwa konsep difusi inovasi adalah sebuah jenis komunikasi dalam menyampaikan sesuatu gagasan ide baru melalui saluran komunikasi tertentu dalam suatu rentang waktu kepada anggota sistem sosial tertentu. Dalam difusi inovasi terdapat beberapa elemen penting di dalamnya, yaitu: inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu dan sistem sosial.

Saluran Komunikasi

Dalam difusi inovasi, saluran komunikasi merupakan salah satu elemen yang penting. Rogers (2003:16) menyebutkan bahwa saluran komunikasi merupakan sarana yang memungkinkan pesan berpindah dari satu individu ke individu lain. Rogers juga menjabarkan bahwa kategori saluran komunikasi yaitu saluran interpersonal dan saluran media massa. Saluran interpersonal merupakan bentuk sarana komunikasi yang melibatkan adanya tatap muka antara dua orang atau lebih. Sementara itu, saluran media

massa adalah sarana untuk menyebarkan pesan yang melibatkan media massa, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya, yang memungkinkan satu sumber atau beberapa individu menjangkau audiens banyak orang.

Tahapan Proses Keputusan Inovasi

Dalam difusi inovasi, tahap proses keputusan inovasi merupakan salah satu hal yang penting. Tahapan ini lebih berkaitan dengan sikap pengguna terhadap inovasi. Rogers (2003:158) menjelaskan tahapan dalam proses keputusan inovasi merupakan proses di mana individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) beralih dari pengetahuan pertama tentang inovasi ke pembentukan sikap terhadap inovasi, hingga keputusan untuk mengadopsi atau menolak, hingga penerapan gagasan baru, dan konfirmasi keputusan ini. Adapun tahapan-tahapan tersebut yaitu:

1. Tahap pengetahuan merupakan tahap pertama dalam proses keputusan inovasi. Rogers dalam Setijaningrum (2016:8) memaparkan dalam tahapan ini, seseorang belum memiliki informasi mengenai inovasi baru. Untuk itu informasi mengenai inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Pada tahap ini terdapat 3 pengetahuan yaitu pengetahuan kesadaran, pengetahuan teknis, dan pengetahuan prinsip.
2. Tahap persuasi merupakan tahap individu mulai tertarik pada inovasi dan aktif mencari informasi atau detail mengenai inovasi. Tahap kedua ini terjadi lebih banyak dalam tingkat pemikiran calon pengguna. Erna Setijaningrum (2016:8-9) menjabarkan inovasi yang dimaksud adalah berkaitan dengan karakter inovasi seperti: kelebihan inovasi, tingkat keserasian, kompleksitas, dapat dicoba dan dapat dilihat.
3. Tahap keputusan menurut Setijaningrum (2016:9) merupakan tahap dimana individu mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan / kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi.
4. Tahap pelaksanaan menurut Setijaningrum (2016:9) merupakan tahap menjadikan individu untuk merasakan langsung inovasi yang berbeda-beda tergantung pada situasi. Selama tahap ini individu menentukan kegunaan dari inovasi dan dapat mencari informasi lebih lanjut tentang hal itu.
5. Tahap konfirmasi menurut Setijaningrum (2016:9) merupakan tahap setelah sebuah keputusan dibuat,

seseorang kemudian akan mencari pembenaran atas keputusan mereka. Tidak menutup kemungkinan seseorang kemudian mengubah keputusan yang tadinya menolak jadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Difusi Inovasi

Ahmed H Tolba dan Maha Mourad (2011:9) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa terdapat 2 faktor penting yang dapat memengaruhi difusi inovasi, yaitu faktor individu dan faktor budaya. Faktor individu yang dimaksud yaitu bagaimana keterkaitan individu dalam perannya sebagai lead user (pengguna utama) dan opinioninon leaders (pemuka pendapat) dalam kaitannya untuk menerima atau mengadopsi suatu difusi inovasi. Faktor budaya dijelaskan terdapat dua hal yang memengaruhi difusi inovasi yaitu sikap individualisme dalam suatu inovasi dan sikap menghindari ketidakpastian dalam menerima inovasi.

Sementara Marshall H Becker (1970:295-301) menyampaikan ada 4 faktor yang memengaruhi difusi inovasi yaitu:

1. Sentralitas dan waktu adopsi.
2. Kosmopolitalisme
3. Sumber informasi terpercaya
4. Karakteristik pelatihan tenaga medis.

Difusi Inovasi Pelayanan “Samsat on The Spot”

Proses difusi inovasi pada pelayanan “Samsat on The Spot” dapat dilihat dari saluran komunikasi yang ada dan tahapan proses keputusan inovasinya. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Saluran Komunikasi Pada Pelayanan “Samsat on The Spot”

Dalam difusi inovasi pelayanan “Samsat on The Spot” saluran komunikasi yang digunakan yaitu saluran interpersonal dan juga saluran media massa. Saluran interpersonal yang ada dalam pelayananan “Samsat on The Spot” yaitu sosialisasi secara tatap muka yang dilakukan petugas kepada masyarakat guna mengenalkan pelayanan “Samsat on The Spot”. Sosialisasi yang dilakukan petugas dalam mengenalkan atau menginformasikan pelayanan “Samsat on The Spot” kepada masyarakat dinilai masih belum maksimal. Hal ini dikarenakan masih terdapatnya 2 kecamatan dari seluruh total 8 kecamatan yang menjadi wilayah kerja Kantor Bersama Samsat Karangploso yang belum pernah dilaksanakan sosialisasi pelayanan “Samsat on The Spot”. Kedua wilayah tersebut yaitu Kecamatan Poncokusumo dan Kecamatan Tumpang.

Sedangkan yang termasuk dalam kategori saluran komunikasi media massa pada pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu brosur, pemberitaan melalui media elektronik (surat kabar elektronik dan radio), pemasangan spanduk, pemasangan banner, dan sarana pemberitahuan ke masyarakat, khususnya wilayah pedesaan, dengan seruan bayar pajak lewat “Rujak Limpung” (seruan bayar pajak keliling kampung). “Rujak Limpung” aktif beroperasi bersamaan dengan pengadaan sosialisasi yaitu 2 – 3 hari sebelum pelaksanaan pelayanan “Samsat on The Spot”.

Tahapan Proses Keputusan Inovasi Pelayanan “Samsat on The Spot”

Tahapan keputusan inovasi pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu proses dimana wajib pajak yang awalnya yaitu mengetahui pelayanan “Samsat on The Spot”, selanjutnya pembentukan sikap terhadap inovasi, hingga keputusan wajib pajak untuk mengadopsi inovasi pelayanan “Samsat on The Spot”, hingga wajib pajak menerapkan atau menggunakan pelayanan “Samsat on The Spot” dan kemudian memberikan konfirmasi terkait pelayanan “Samsat on The Spot”. Berikut merupakan tahapan proses keputusan inovasi pada pelayanan “Samsat on The Spot”:

1. Tahap Pengetahuan

Tahap pengetahuan dalam pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu merupakan wajib pajak yang belum mengetahui sama sekali atau belum memiliki informasi mengenai pelayanan “Samsat on The Spot”. Pada tahapan ini juga terdapat pengetahuan kesadaran, pengetahuan teknis dan pengetahuan prinsip. Pengetahuan kesadaran pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu pengetahuan mendasar wajib pajak mengenai pelayanan “Samsat on The Spot” untuk pertama kalinya. Dalam pengetahuan kesadaran ini, petugas melakukan sosialisasi serta pengumuman lewat sarana bernama “Rujak Limpung” (seruan bayar pajak keliling kampung) untuk ke wilayah-wilayah desa. Selain itu juga melakukan sosialisasi ke perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi mengenai pelayanan “Samsat on The Spot”. Dan selain sosialisasi, juga terdapat undangan atau pengumuman yang diperoleh wajib pajak, dan juga berasal dari brosur, banner, media cetak dan elektronik. Pengetahuan teknis pelayanan “Samsat on The Spot” yaitu

pengetahuan terkait teknis atau prosedur dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Pada pengetahuan teknis tanpa dijelaskan oleh petugas, beberapa wajib pajak telah mengetahui teknis atau prosedur dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Pengetahuan prinsip pelayanan “*Samsat on The Spot*” yaitu berkaitan dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Prinsip dari pelayanan “*Samsat on The Spot*” yaitu memudahkan masyarakat, mendekatkan masyarakat, dengan adanya layanan jemput bola di lokasi wajib pajak yang sekiranya sibuk dan tidak sempat membayarkan pajak kendaraan bermotornya. Meskipun begitu, beberapa wajib pajak mengaku tidak mengetahui atau kurang tahu prinsip-prinsip dari pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan hanya mengungkapkan jika petugas hanya menyampaikan mekanisme serta pengumuman terkait pelaksanaan dari pelayanan “*Samsat on The Spot*”.

2. Tahap Persuasi

Tahap persuasi ini membahas mengenai kelebihan pelayanan “*Samsat on The Spot*”, tingkat keserasian pelayanan “*Samsat on The Spot*”, kompleksitas pelayanan “*Samsat on The Spot*”, uji coba pelayanan “*Samsat on The Spot*”, dan dapat diamatinya pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Kelebihan pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah lebih ekonomis, menghemat waktu, akuntabilitas, transparan, tidak tersita waktu, biaya murah karena dekat dengan wajib pajak, mempermudah wajib pajak dan sesuai dengan tujuan dari pelayanan “*Samsat on The Spot*” untuk memudahkan wajib pajak membayar pajak di tempatnya. Tingkat keserasian atau kesesuaian pelayanan “*Samsat on The Spot*” sudah sesuai kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan wajib pajak dalam membayarkan pajaknya. Hal ini didasari karena tujuan dari pelayanan “*Samsat on The Spot*” tersebut yaitu melakukan jemput bola pelayanan pajak kendaraan bermotor ke tempat wajib pajak sehingga dapat memberikan kemudahan bagi wajib pajak yang sibuk atau tidak sempat ke Kantor Bersama Samsat

Karangploso untuk bayar pajak. Kompleksitas atau kerumitan pada pelayanan “*Samsat on The Spot*” berkaitan dengan hambatan pada pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Terjadi kendala apabila terkadang wajib pajak berjumlah banyak dan antri bersamaan, pelayanan akan menjadi lebih lama. Selain itu, kendala jaringan yang jarang terjadi juga dapat menghambat ketika pelayanan berlangsung. Meski begitu beberapa wajib pajak menuturkan mereka tidak menemukan kendala apapun. Uji coba yang dilakukan petugas yang paling utama yaitu dilakukan *trial* dan *error* pada sistem dan *hardware* dari pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan juga dilaksanakan uji coba pada awal dikenalkannya pelayanan “*Samsat on The Spot*” kepada masyarakat. Kemudahan untuk diamati dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah terkait dengan bagaimana pengamatan petugas dan wajib pajak dalam mengamati pelaksanaan pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Pengamatan terhadap pelayanan “*Samsat on The Spot*” sudah berjalan dengan bagus karena telah dijalankan sesuai dengan protapnya, diharapkan dapat menjadi icon bagi masyarakat, serta hasil dari pelayanan tersebut juga menambah APBD Jawa Timur dan tentunya amat baik karena programnya yaitu bertujuan untuk membantu wajib pajak yang tidak memiliki waktu atau sibuk untuk bisa bayar pajak. Pengamatan oleh wajib pajak yaitu pelaksanaan pelayanan “*Samsat on The Spot*”, yakni lancar, tertib, nyaman, cepat, penempatan pelaksanaan yang strategis, pelayanan yang tidak harus lama menunggu serta pelayanan yang bagus.

3. Tahap Keputusan

Pada tahap ini, individu mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan / kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi. Begitu pula dengan pelayanan “*Samsat on The Spot*” yakni melihat bagaimana reaksi pertama kali wajib pajak memutuskan menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan alasan wajib pajak menggunakan pelayanan

“*Samsat on The Spot*”. Pada tahap keputusan yang berkaitan dengan reaksi masyarakat atau wajib pajak dalam keputusannya untuk menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah positif, bagus, baik, senang, nyaman, mudah, tidak merasa repot serta terbantu dengan adanya pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Sedangkan wajib pajak menyampaikan keuntungannya memutuskan untuk menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah dengan alasan lebih dekat, lebih humanis, fleksibel, tepat waktu, ekonomis, efektif karena tidak perlu membayar ke Kantor Bersama Samsat Karangploso, tidak antri, membantu wajib pajak untuk bisa membayar pajak tanpa meninggalkan lokasi pekerjaannya, tidak mengganggu pekerjaan dan terjangkau. Berkaitan dengan membantu wajib pajak untuk bisa membayar pajak tanpa meninggalkan lokasi bekerja.

4. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah dengan terdapat atau tidaknya kegunaan atau manfaat setelah wajib pajak menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*”, terkait dengan informasi lebih yang didapatkan wajib pajak selama pelayanan “*Samsat on The Spot*” berlangsung, dan berkaitan dengan kapan wajib pajak menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Berkaitan dengan manfaat atau kegunaan dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*”, diketahui bahwa manfaat atau kegunaan dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah harapan wajib pajak terlaksana dan manfaat lebihnya wajib pajak menjadi puas, ekonomis, tidak terpaut jarak dan waktu sehingga memudahkan wajib pajak. Selain itu, pelayanan lebih dekat, tidak ramai, tidak lama, tidak antri, pencetakan STNK yang cepat, serta tidak mengganggu jam dinas / kerja wajib pajak. Untuk informasi lebih yang berkaitan dengan pelayanan “*Samsat on The Spot*”, tidak ditemukan informasi lebihnya. Tetapi yang bisa didapatkan oleh wajib pajak selama pelayanan “*Samsat on The Spot*” berlangsung lebih

banyak mengenai informasi seputar pajak kendaraan bermotor, informasi mengenai proses perpanjangan STNK lima tahunan, dan informasi mengenai program pemutihan pajak. Namun tidak semua informasi bisa didapatkan oleh wajib pajak seperti mutasi kendaraan dan biaya balik nama dikarenakan untuk informasi tersebut hanya bisa didapatkan di Kantor Bersama Samsat Karangploso atau kantor samsat induk lainnya. Waktu pelaksanaan kapan wajib pajak mulai menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” ada beragam. Wajib pajak ada yang telah lama menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan ada juga yang baru menggunakan pelayanan tersebut untuk pertama kalinya.

5. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*” lebih berkaitan erat dengan evaluasi yang diberikan wajib pajak terhadap pelayanan “*Samsat on The Spot*” yang telah ia gunakan, terkait juga dengan kepuasan yang dirasakan oleh wajib pajak, dan ketertarikan wajib pajak untuk menggunakan kembali pelayanan “*Samsat on The Spot*” di masa mendatang. Evaluasi yang diberikan wajib pajak mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” beragam. Evaluasi yang diberikan dapat berupa kritik dan saran. Kepuasan yang dirasakan oleh wajib pajak setelah menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah rata-rata puas. Hal tersebut juga didukung dengan terdapatnya survei kepuasan masyarakat mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” pada tahun 2016. Selain itu ketertarikan dalam menggunakan kembali pelayanan “*Samsat on The Spot*”, semua wajib pajak mengatakan tertarik untuk menggunakan kembali.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Difusi Inovasi Pelayanan “*Samsat on The Spot*”

Dalam difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”, juga tidak terlepas dari beberapa faktor yang memengaruhinya. Berikut merupakan beberapa faktor yang memengaruhi difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”:

1. Faktor Individu

Dalam difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”, faktor individu yang lebih difokuskan dalam penelitian ini adalah faktor individu lead user (pengguna utama). Karakter-karakter dari pengguna utama seperti pendidikan, pekerjaan, asal dan agama menjadi landasan dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh dari faktor individu yang memengaruhi proses difusi inovasi pada pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Dalam proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” ternyata ditemui adanya faktor individu dari wajib pajak terkait dengan pengenalan atau penyebaran informasi mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” yaitu masih terdapatnya wajib pajak yang tingkat pendidikan atau SDM yang rendah dan secara tidak langsung turut memengaruhi proses penyebaran pelayanan “*Samsat on The Spot*” seperti yang telah disampaikan oleh petugas. Selain itu terdapat juga faktor individu yang memengaruhi seperti tempat tinggal atau asal dari wajib pajak yang dinilai memengaruhi difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Dalam hal ini dicontohkan pada wajib pajak yang tinggal di wilayah Poncokusumo yang menyampaikan tidak mengetahui adanya pelayanan “*Samsat on The Spot*”.

2. Faktor Budaya

Dalam difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” faktor budaya yang dimaksud yaitu faktor individualisme dan faktor budaya menghindari ketidakpastian menerima inovasi. Faktor budaya individualisme dalam faktor budaya lebih cenderung terlibat dengan faktor luar sehingga akan memengaruhi keputusan individu untuk memberikan keputusan dalam mengadopsi inovasi. Dalam faktor budaya, yang dimaksudkan terkait budaya menghindari ketidakpastian yang berkaitan dengan tingkat toleransi terhadap resiko yang diambil. Faktor budaya untuk budaya individualisme yang dimaksud yaitu berkaitan dengan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan bermotor miliknya. Sedangkan faktor budaya untuk menghindari ketidaksiapan dalam menoleransi resiko tidak memberikan pengaruh yang nyata dalam kaitannya dengan proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” karena pelayanan telah berdasarkan pada prinsip-prinsip pelayanan yang diatur dalam Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003.

3. Sumber Informasi Terpercaya

Sumber informasi yang terpercaya dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*” berkaitan dengan darimana informasi terpercaya yang diterima wajib pajak mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” serta berkaitan dengan waktu yang digunakan oleh petugas dalam menyebarkan atau menginformasikan pelayanan “*Samsat on The Spot*” kepada masyarakat atau wajib pajak. Sumber informasi yang terpercaya diperoleh dari sosialisasi dan petugas dengan atribut lengkap dengan mengendarai “Rujak Limpung” serta menyebarkan brosur. Adapun begitu sumber informasi terpercaya lainnya yaitu melalui media seperti banner, spanduk dan koran. Untuk waktu yang digunakan petugas dalam menginformasikan pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah berkisar 2 – 3 hari sebelum pelaksanaan pelayanan “*Samsat on The Spot*”.

4. Faktor Lain Yang Memengaruhi

Ditemukan faktor lain yang dapat memengaruhi proses difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*”, yaitu faktor internal dari petugas dan faktor lingkungan. Faktor internal dari petugas yang dimaksudkan adalah apabila terdapatnya kendala seperti kekurangan personal diakibatkan banyak yang sudah pensiun dan terbenturnya jadwal petugas sehingga dapat memengaruhi pelaksanaan pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Sementara itu diketahui bahwa jumlah personal untuk pelayanan “*Samsat on The Spot*” yang aktif adalah sebanyak 6 orang. Dan untuk program “Rujak Limpung” sebagai media untuk menyebarkan atau menginformasikan mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” hanya berjumlah 10 orang. Jumlah petugas yang sedemikian juga dinilai kurang apalagi bila dilihat dengan jumlah wajib pajak yang selama ini memakai pelayanan “*Samsat on The Spot*” rata-rata diatas 500 orang pada setiap bulannya. Sedangkan untuk faktor lingkungan yaitu apabila terkendala lokasi yang terpencil akan memengaruhi jaringan internet di wilayah tersebut sehingga dapat memengaruhi pada proses jalannya pelaksanaan “*Samsat on The Spot*”.

KESIMPULAN

1. Difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” berjalan kurang baik dengan menggunakan saluran komunikasi yang ada dan tahapan proses keputusan inovasi wajib pajak dalam mengadopsi atau menerapkan pelayanan “*Samsat on The Spot*” juga cukup

baik. Kekurangannya yaitu berkaitan dengan sosialisasi pada saluran komunikasi sebagai media interpersonal. Sosialisasi yang dilakukan petugas masih berjalan belum maksimal dikarenakan sosialisasi mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” masih belum menjangkau wilayah Kecamatan Poncokusumo dan Kecamatan Tumpang. Untuk tahapan proses keputusan inovasi juga terdapat beberapa kekurangan seperti pada tahap pengetahuan yaitu wajib pajak banyak yang tidak mengetahui prinsip-prinsip yang terdapat dalam pelayanan “*Samsat on The Spot*”.

2. Untuk faktor-faktor yang memengaruhi, terdapat beberapa faktor yang cukup memengaruhi seperti faktor individu, faktor budaya, dan faktor lain yang ditemukan di lapangan. Faktor individu berkaitan dengan SDM rendah wajib pajak dan lokasi wajib pajak yang tidak dijangkau pelaksanaan sosialisasi dan pelayanan “*Samsat on The Spot*”. Untuk faktor budaya individual berkaitan dengan kesadaran wajib pajak untuk bayar pajak karena merupakan suatu kewajiban. Tidak ditemukan resiko yang berarti sehingga faktor budaya menghindari ketidakpastian tingkat toleransi terhadap resiko tidak memengaruhi. Faktor lain yang memengaruhi difusi inovasi pelayanan “*Samsat on The Spot*” adalah faktor internal petugas seperti kekurangan personil dan faktor lingkungan seperti lokasi yang terpelosok akan memungkinkan terjadi gangguan jaringan internet.

SARAN

Berdasarkan beberapa temuan data di lapangan, maka peneliti berusaha untuk memberikan saran yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Disarankan kepada petugas pelayanan “*Samsat on The Spot*” harus lebih menginformasikan secara merata ke beberapa wilayah yang belum dilaksanakan sosialisasi dan pelaksanaan “*Samsat on The Spot*” seperti di wilayah Kecamatan Poncokusumo dan Kecamatan Tumpang.
2. Disarankan kepada petugas untuk menjelaskan atau menyampaikan prinsip-prinsip dari penyelenggaraan pelayanan “*Samsat on The Spot*”, sehingga masyarakat atau wajib pajak mengetahui lebih jelas mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*”.

3. Disarankan kepada Kantor Bersama Samsat Karangploso untuk menambah jumlah personil pelayanan “*Samsat on The Spot*” dan petugas “Rujak Limpung”, mengingat wajib pajak yang menggunakan pelayanan “*Samsat on The Spot*” rata-rata melebihi 500 orang setiap bulannya. Sehingga ke depannya proses penyebaran atau penginformasian mengenai pelayanan “*Samsat on The Spot*” jadi lebih luas dan lebih menjangkau wajib pajak, terutama wajib pajak yang berasal dari daerah terpencil dan belum pernah terlaksana pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2016. Statistik Indonesia 2016. Diunduh pada 11 April 2017.
- Becker, Marshall H., 1970. Factors Affecting Diffusion of Innovations Among Health Professionals. *The American Journal of Public Health*, Vol 60, No 02.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedomanan Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Proposal Layanan Samsat on The Spot (SOS) KB. Samsat Karangploso. Diunduh melalui [http://jipp.jatimprov.go.id/download.php?file=1465266968-sinovik%2091%20-%20Layanan%20Samsat%20On%20The%20Spot%20\(SOS\)%20KB.%20Samsat%20Karang%20Ploso.pdf](http://jipp.jatimprov.go.id/download.php?file=1465266968-sinovik%2091%20-%20Layanan%20Samsat%20On%20The%20Spot%20(SOS)%20KB.%20Samsat%20Karang%20Ploso.pdf) pada 17 April 2017.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations* Fifth Edition. New York: The Free Press.
- Setijanigrum, Erna. 2016. *Inovasi Kebijakan Pelayanan Publik: Best Practice di Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Suwarno, Yogi. 2008. *Inovasi di Sektor Publik*. Jakarta:STIA-LAN Press.
- Tolba, Ahmed H & Maha Mourad. 2011. Individual and Cultural Factors Affecting Diffusion of Innovation. *Journal of International Bussiness and Cultural Studies*, Vol 5, No 8.
- Undang-Undang No 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.