

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **A.1 Hasil Penelitian yang Relevan**

Penelitian tentang tema terkait yang pernah dilakukan sebelumnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Gunarto Adi Susilo, Mahasiswa Ilmu Administrasi Fiskal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia (FISIP UI). Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2004, mengambil lokasi di KPP Depok dengan judul “Kualitas Pelayanan dan Kepatuhan Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Depok”.

Penelitian tersebut menggunakan metodologi penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kualitatif. Penelitian tersebut mengambil Wajib Pajak PPh Badan sebagai populasi penelitian yang berjumlah 1952 Wajib Pajak. Kuisisioner disebar kepada 80 responden sebagai sampel penelitian yang penentuan jumlahnya ditentukan dengan menggunakan rumus Nomogram Harry King dengan tingkat kesalahan 10%. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 11.0 dengan alat korelasi Somers'd.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa secara umum kualitas pelayanan di KPP Depok dinilai baik oleh para Wajib Pajak dengan penilaian tertinggi pada kategori baik (55%), kemudian secara berurutan cukup baik (31,5%), sangat baik (7,75%), tidak baik (4,25%), dan sangat tidak baik (1,25%). Selanjutnya penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara umum Wajib Pajak di KPP Depok tergolong patuh. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian tertinggi pada kategori selalu

(47,45%), kemudian secara berurutan sering (33,75%), cukup sering (18,25%), kadang-kadang (0,55%), dan tidak pernah (0%). Berdasarkan dimensinya, kepatuhan Wajib Pajak tertinggi pada kepatuhan pembukuan, disusul kepatuhan tahunan dan kepatuhan masa.

Selain itu, hasil perhitungan memperlihatkan angka 0,309, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sebagai variabel dependen dan kepatuhan Wajib Pajak sebagai variabel independen bernilai positif. Sehingga peneliti berkesimpulan terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan Wajib Pajak, walaupun kekuatan hubungannya cenderung lemah.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilo, bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh data tentang gambaran kualitas pelayanan dan kepatuhan Wajib Pajak di KPP Depok, serta untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan Wajib Pajak di KPP Depok. Tujuan terakhir dari penelitian Susilo yaitu tidaknya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan Wajib Pajak di KPP Depok juga merupakan tujuan dari penelitian ini, akan tetapi terdapat perbedaan dalam hal organisasi yang dijadikan site penelitian. Penelitian yang dilakukan Susilo mengambil tempat di KPP Depok, sementara penelitian ini dilakukan di KPP Pratama Jakarta Pademangan. Dengan adanya perbedaan site penelitian, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda dengan sampel dalam penelitian yang dilakukan Susilo.

Masing-masing penelitian juga memiliki perbedaan mengenai focus penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur kualitas pelayanan pajak yang diberikan petugas TPT dan AR dengan kepatuhan Wajib Pajak Badan dalam melaporkan kewajibannya di KPP Pratama Jakarta Pademangan, sementara Susilo dalam penelitiannya memfokuskan pada kualitas pelayanan dan kepatuhan Wajib Pajak di KPP Depok secara umum. Selain

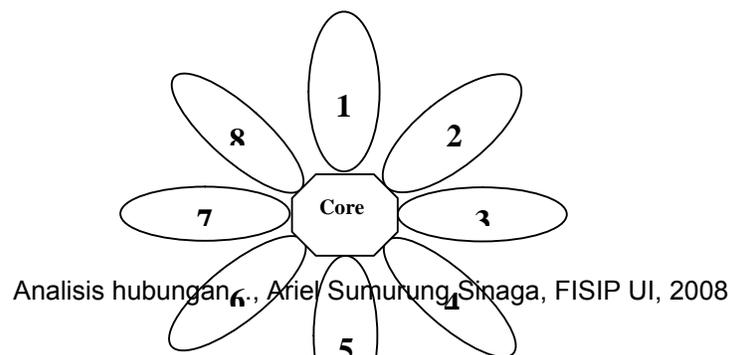
itu, dalam menentukan jumlah sampel, Susilo menggunakan rumus Nomogram Harry King dengan tingkat kesalahan 10%, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan rumus Solvin.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan sebagai variabel dependen dijabarkan dalam lima dimensi, yaitu: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Sedangkan kepatuhan Wajib Pajak sebagai variabel independen dijabarkan dalam tiga dimensi yaitu kepatuhan masa, kepatuhan tahunan, dan kepatuhan pembukuan.

## A.2 Suplemen Pelayanan

Lovelock berpendapat bahwa ada suplemen pelayanan yang digambarkan seperti kelopak bunga. Suplemen pelayanan tersebut terdiri dari *Information*, *Consultation*, *Ordertaking*, *Hospitality*, *Caretaking*, *Exceptions*, *Billing*, dan *Payment*. Suplemen pelayanan tersebut digambarkan sebagai titik-titik rawan yang ada disekitar inti (*core*) suatu produk yang menjadi penilaian pelanggan.

Gambar II.1. Kelopak bunga suplemen pelayanan Lovelock



Sumber: Christoper H. Lovelock, *Product Plus: How Product + Service = Competitive Advantage*, (New York: McGraw Hill, 1994) hal 179.

### 1. *Information*

Seorang pelanggan akan menanyakan kepada penjual tentang apa, bagaimana, berapa, kepada siapa, dimana diperoleh dan berapa lama memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Oleh karena itu, proses suatu pelayanan yang berkualitas dimulai dari suplemen informasi dari barang atau jasa yang diperlukan oleh pelanggan. Penyediaan saluran informasi yang memberikan kemudahan terhadap pelanggan ini adalah penting. Apabila suplemen pelayanan berupa pemberian atau saluran informasi ini tidak ada, maka bisa membuat minat pembeli berkurang.

### 2. *Consultation*

Di dalam proses memutuskan untuk membeli atau tidak membeli barang atau jasa, pembeli membutuhkan pihak yang bisa diajak untuk berkonsultasi menyangkut masalah-masalah teknis, administrasi, harga, sampai pada kualitas barang atau jasa beserta manfaatnya. Perusahaan atau organisasi pelayanan harus memperhatikan hal ini sehingga perlu disediakan sarana menyangkut suplemen konsultasi, tempat, petugas, dan waktu untuk berkonsultasi secara gratis.

### 3. *Ordertaking*

Kemudahan untuk memesan barang atau jasa tersebut adalah bagian yang penting pula untuk diperhatikan. Biasanya setelah pembeli cukup yakin atas barang atau

jasa, maka pembeli akan melakukan pemesanan. Penekanan yang harus diperhatikan adalah kemudahan pengisian berkas-berkas administrasi yang mudah, murah, syarat ringan, kemudahan pemesanan melalui telepon, dan sebagainya.

#### 4. *Hospitality*

Dibutuhkan sikap yang ramah dan sopan dari para karyawan, begitu juga ruang tunggu yang nyaman, tersedia tempat untuk memperoleh makanan atau minuman, hingga tersedianya toilet yang bersih. Hal yang demikian akan dinilai pula oleh pelanggan.

#### 5. *Caretaking*

Perusahaan juga harus mempertahankan pelayanan yang berbeda terhadap pelanggan dari latar belakang yang berbeda. Pelanggan ada yang membutuhkan tempat parkir sebab mereka memiliki mobil, begitu pula ada pelanggan yang tidak ingin keluar rumah sehingga membutuhkan pelayanan antar.

#### 6. *Exceptions*

Perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang sifatnya mendadak, seperti klaim pelanggan secara tiba-tiba, garansi terhadap barang yang tidak berfungsi, layanan untuk anak-anak, dan sebagainya.

#### 7. *Billing*

Titik rawan selanjutnya adalah hal-hal yang berkaitan dengan pembayaran. Transaksi seringkali gagal pada kegiatan pembayaran sehingga membutuhkan

perhatian yang serius seperti formulir, mekanisme, sampai keakuratan rekening tagihan.

#### 8. *Payment*

Suplemen pelayanan yang terakhir adalah tersedianya fasilitas pembayaran berdasarkan keinginan pelanggan, diantaranya kartu kredit, debit rekening pelanggan di bank, sampai pada tagihan ke rumah.<sup>1</sup>

Reformasi yang dilakukan oleh DJP salah satunya bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada WP. Pelayanan pajak ini merupakan salah satu bagian dari penerapan pelayanan publik yang secara khusus dilakukan oleh DJP Pajak.

#### **A.2.1. Konsep Pelayanan**

Pelayanan adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang atau suatu pihak untuk kepentingan orang atau pihak lain. Usaha ini dapat berwujud penyediaan barang ataupun jasa.<sup>2</sup> Dalam pengertian tersebut terkandung suatu kondisi dari pihak yang melayani yaitu keterampilan dan keahlian di bidang tertentu. Berdasarkan keahlian dan keterampilan tersebut pihak yang melayani memiliki posisi atau nilai tertentu sehingga mampu memberikan bantuan dalam menyelesaikan suatu keperluan dari pihak yang dilayani.

Menurut Lukman pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.<sup>3</sup> Selanjutnya H.A.S. Moenir yang lebih melihat pelayanan sebagai proses, berpendapat pelayanan adalah proses pemenuhan

---

<sup>1</sup> Christopher H. Lovelock, *Product Plus: How Product + Service = Competitive Advantage*, (New York: McGraw Hill, 1994), hal 182-188.

<sup>2</sup> Noorsyamsa Djumana, *Menuju Format Baru Pelayanan Umum*, (Jakarta : LAN, 1994), hal 104.

<sup>3</sup> Sampara Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta : STIA LAN PRESS, 1999), hal 6.

kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.<sup>4</sup> B.Boediono mengemukakan pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar tercipta kepuasan dan keberhasilan.<sup>5</sup>

Catherine De Vrye, seorang praktisi yang bergerak dalam bidang pelayanan pelanggan berpendapat pelayanan dapat didefinisikan dengan:

1. Keberadaan bawahan demi atasan (*The attendance of an inferior upon a superior*)
2. Berguna atau bermanfaat (*to be useful*)<sup>6</sup>

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa pelayanan bukan semata-mata bersikap patuh atau sebagai pengabdian dari yang lemah kepada yang kuat, namun pelayanan merupakan rangkaian proses kegiatan yang bertujuan mewujudkan kemanfaatan (*to be useful*).

Sedangkan menurut Barie Hopson dan Mike Scally pelayanan yang baik dapat diartikan dengan memberikan sedikit lebih banyak dari harapan konsumen.<sup>7</sup> Mengingat pelayanan yang baik harus mampu memberikan sedikit lebih banyak dari yang diharapkan konsumen, maka pelayanan harus dapat diukur. Pengukuran bisa dilakukan apabila ditetapkan standar tertentu berupa ketepatan waktu, kecepatan, bebas dari keesalahan, dan sebagainya.

Menurut B.Boediono pelayanan umum harus dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat:

---

<sup>4</sup> H.A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1998), hal 17.

<sup>5</sup> B.Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan*,(Jakarta : Rineka Cipta, 2003), hal 33.

<sup>6</sup> Catherine De Vrye, *Good Service is Good Business: 7 Strategi Sederhana Menuju Sukses*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal 10.

<sup>7</sup> Barie Hopson dan Mike Scally, *12 Langkah Menuju Sukses Melalui Pelayanan Bermutu*, (Jakarta : Arcon, 1997), hal 3.

- a) Sederhana
- b) Terbuka
- c) Lancar
- d) Tepat
- e) Lengkap
- f) Wajar
- g) Terjangkau

Pelayanan umum yang dimaksud B. Boediono tersebut adalah pengertian pelayanan umum seperti yang tertera dalam Keputusan Menteri Negara PAN (Men PAN) No. 81 Tahun 1993 Tentang Pedoman tata Laksana Pelayanan Umum. Dalam Keputusan Menteri tersebut, pelayanan (umum) adalah segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah pusat, di daerah dan di lingkungan BUMN/D dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari pengertian tersebut, tentu saja pelayanan pajak tercakup didalamnya sehingga akan dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut.

- a) Sederhana

Pelayanan umum dikatakan baik atau prima apabila dalam pelaksanaannya tidak menyulitkan, prosedurnya tidak banyak seluk-beluknya, persyaratanyang harus dipenuhi pelanggan mudah dipenuhi, tidak bertele-tele, tidak mencari kesempatan dalam kesempitan, dan seterusnya.

- b) Terbuka

Keinginan pelanggan adalah dilayani secara jujur. Oleh sebab itu, aparatur yang bertugas melayani pelanggan harus memeberikan penjelasan yang sejujur-jujurnya, apa adanya dalam peraturan atau dalam norma, jangan merasa berjasa

dalam memberikan pelayanan agar tidak timbul keinginan untuk mengharapkan imbalan dari pelanggan.

c) Lancar

Untuk menjadi lancar, diperlukan prosedur yang tidak berbelit-belit dan aparatur pemberi pelayanan harus ikhlas melakukan pelayanan sepenuh hati dengan berani menghadapi tantangan dalam diri sendiri. Di samping itu, diperlukan sarana yang menunjang kecepatan dalam menghasilkan output.

d) Tepat

Dimaksudkan arahnya tepat, atau tepat sasaran, atau persis dalam arti tidak lebih dan tidak kurang, atau tepat waktu, atau tepat jawabannya, atau tepat dalam memenuhi janji, dan seterusnya. Oleh karena itu, harus ditunjang dengan prosedur yang sederhana, sasaran yang memadai, dan komunikasi yang efektif.

e) Lengkap

Dapat diartikan tersedia apa yang diperlukan oleh pelanggan. Sekali pelanggan mengurus, tidak perlu lagi menyempurnakan kebutuhan ke pihak lain. Namun hal ini tidak menjamin terjadinya pelayanan umum yang prima apabila tidak didukung sumber daya manusia dan sarana yang tersedia.

f) Wajar

Pelayanan umum yang wajar artinya tidak ditambah-tambah menjadi pelayanan yang bergaya mewah sehingga memberatkan pelanggan. Pelayanan yang biasa sebagaimana perlunya, tidak dibuat-buat.

g) Terjangkau

Dalam menetapkan tarif pelayanan umum harus memperhatikan beberapa unsur, yaitu tingkat kemampuan dan daya beli masyarakat, nilai barang dan jasa dari hasil pelayanan umum, terhadap jenis pelayanan umum yang memerlukan penelitian, maka biayanya harus jelas rinciannya.

Berkaitan dengan pelayanan yang baik atau prima, menurut Tjiptono ada empat unsur pokok dalam konsep tersebut yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi.<sup>8</sup>

### **A.2.2. Konsep Pelayanan Publik**

Menurut Wilson:

*“There is no universally accepted definition of a ‘public service’. An initial distinction can be made between the public sector and the private sector but not all public sector activity - which ranges from the armed forces to the commercialised state-owned industries - can be classed as a public service. Nonetheless, the distinction is a starting point and hinges on the related questions of ownership and purpose (see Perrin 1985 for a discussion of differences in organisational categorisation). Where an organisation is owned by and operated on behalf of private sector individuals and institutions (e.g. shareholders) it is said to be part of the private sector; where ownership is public, i.e. not confined to specific individuals, and exercised through, for instance, Central government on behalf of society, the organisation is said to form part of the public sector. Ownership will largely determine purpose. Private sector and public sector organisations can be crudely categorised as being concerned with profit maximisation and service provision respectively.”<sup>9</sup>*

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi, 1996), hal 58.

<sup>9</sup> John Wilson dan Peter Hinton, *Public Services & The 1990's Issues in Public Service Finance and Management* (Great Britain: Tudor Business Publishing Ltd., 1993), hal 2.

Kualitas pelayanan publik dipengaruhi oleh banyak faktor. Beberapa faktor dominan yang bisa disebutkan adalah :

- Kebijakan publik. Kebijakan publik ini adalah faktor yang akan mempengaruhi lembaga pelayanan publik dari segi sumber keuangan, teknologi dan sumber daya organisasi lainnya untuk sebuah lembaga pelayanan publik.
- Karakteristik dan lingkungan dari masyarakat itu sendiri. Karakteristik yang dimaksud berkaitan dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, besaran masyarakat, heterogenitas, konfigurasi serta nilai-nilai dan norma-norma. Selain itu, faktor lingkungan seperti sistem politik, pers yang bebas atau tingkat kesulitan dalam mengakses lembaga layanan publik, juga merupakan faktor-faktor yang akan mempengaruhi kualitas pelayanan publik.
- Kontrol pemerintah terhadap penyedia layanan publik.

Dalam pelayanan, kualitas terbentuk ketika terjadi proses pemberian pelayanan. Kepuasan seseorang yang menikmati pelayanan dapat ditentukan melalui perbandingan antara pelayanan yang diterima pelanggan dengan harapan atas pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan itu sendiri memiliki beberapa dimensi seperti yang disebutkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, antara lain tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar berikut.

### **A.3 Kepatuhan Wajib Pajak**

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan bentuk kesadaran Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Kesadaran Wajib Pajak merupakan indikator penentu yang mempengaruhi penerimaan Negara terutama dalam sistem *self assessment*

yang memberikan tanggung jawab untuk menghitung, melapor, dan membayar pajak yang terutang kepada Wajib Pajak.

Soemitro mengemukakan bahwa keberhasilan sistem *self assessment* sangat ditentukan oleh<sup>10</sup>:

- a. Kesadaran pajak dari Wajib Pajak,
- b. Kejujuran Wajib Pajak,
- c. *Tax mindeedness*, yaitu hasrat untuk membayar pajak, dan
- d. *Tax discipline*

Akan tetapi selalu ada kecenderungan manusia untuk tidak mematuhi peraturan yang ada. Ada beberapa hal yang menyebabkan manusia tidak mematuhi peraturan yang ada antara lain<sup>11</sup>:

- a. Kurangnya pengetahuan dan informasi
- b. Sulitnya untuk menerapkan peraturan tersebut
- c. Dalam pelaksanaannya dibutuhkan biaya yang besar.

Bird mengemukakan terdapat tiga pola mengenai ketidakpatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, yaitu<sup>12</sup>:

1. Kesalahan dalam melaporkan SPT, baik Masa maupun Tahunan
2. Kesalahan dalam mengajukan penghasilan yang dilaporkan dalam SPT
3. Mengurangi penghasilan yang seharusnya dikenakan pajak dengan cara tidak benar, misalnya dengan tidak melaporkan secara benar biaya-biaya yang menjadi pengurang (*deductible expenses*), serta tidak mengenakan penghasilan yang seharusnya terutang pajak dan dengan melaporkan kredit pajak yang tidak benar.

Tiga hal tersebut merupakan konsekuensi dari sistem *self assessment* atas kepercayaan kepada Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Untuk itu, Direktorat Jenderal Pajak perlu melakukan upaya untuk mengubah pandangan dari Wajib Pajak agar melaksanakan kewajiban perpajakannya secara sukarela.

Kepatuhan sukarela merupakan tulang punggung dari terlaksananya sistem *self assessment*<sup>13</sup>. Dengan demikian, fungsi *Account Representative* yang belakangan telah

---

<sup>10</sup> Rochmat Soemitro, *Asas dan Dasar Perpajakan 2* (Bandung: Eresco, 1990), hal 12

<sup>11</sup> Victor Thoranyi (editor), *Tax Law Design and Drafting volume 1* (Washington DC: International Monetary Fund, 1996), hal 14.

<sup>12</sup> Richard M. Bird and Oliver Oldman (editor), *Taxation in Developing Countries Fourth Edition* (Baltimore and London: The John University Press, 1990), hal 456.

menjangkau hingga KPP Pratama di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak akan sangat berpengaruh. *Account Representative* diharapkan mampu memberikan bantuan yang tepat dan memberikan pengetahuan yang baik untuk memupuk kesadaran Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Nasucha berpendapat bahwa teori kepatuhan Wajib Pajak dapat digolongkan dalam teori paksaan dan teori konsensus<sup>14</sup>. Menurut teori paksaan, orang akan mematuhi hukum karena adanya unsur paksaan dari kekuasaan yang bersifat legal dari penguasa. Adanya paksaan fisik sebagai monopoli dari penguasa agar tercipta suatu ketertiban untuk tujuan hukum. Unsur sanksi merupakan faktor yang mempengaruhi orang mematuhi hukum. Pada teori konsensus, masyarakat menerima sistem hukum sebagai legalitas hukum merupakan bentuk ketaatan terhadap hukum. Pemungutan pajak mempunyai sifat yang dapat dipaksakan karena pelaksanaannya didasarkan pada undang-undang. Abdul Asri Harahap berpendapat bahwa idealnya, Wajib Pajak menjalankan kewajibannya tanpa harus dipaksa oleh alat Negara karena hukum telah mengatur dan mewajibkannya<sup>15</sup>. Oleh karena itu, kunci utama dari sistem *self assessment* adalah kepatuhan sukarela, sehingga teori ini sesuai dengan upaya mewujudkan kepatuhan sukarela Wajib Pajak.

Menurut Bierstedt, dasar-dasar kepatuhan adalah<sup>16</sup>:

1. *Indoctrination,*

Kepatuhan terjadi karena dia diindoktrinir untuk berbuat demikian. Kaedah-kaedah telah ada waktu seseorang dilahirkan dan semula manusia menerimanya secara tidak sadar melalui proses sosialisasi. Manusia dididik untuk mengenal atau mengetahui serta mematuhi kaedah-kaedah tersebut.

2. *Habituation,*

Oleh karena sejak kecil mengalami proses sosialisasi, maka lama kelamaan menjadi kebiasaan untuk mematuhi kaedah-kaedah yang berlaku. Kebiasaan

---

<sup>13</sup> Gunadi, *Tax Management, Legalitas dan Implikasinya terhadap Upaya Peningkatan Penerimaan Pajak*, Berita Pajak No. 1350/1997, hal 26

<sup>14</sup> Chaizi Nasucha, *Reformasi Administrasi Publik Teori dan Praktik* (Jakarta: Grasindo, 2004), hal 134

<sup>15</sup> Abdul Asri Harahap, *Paradigma Baru Perpajakan Indonesia Perspektif Ekonomi Politik*, (Jakarta : Integrita Dinamika Press, 2004) hal. 46.

<sup>16</sup> Soerjono Sokanto, *Beberapa Cara dan Mekanisme dalam Penyuluhan Hukum*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1986), hal 225-226

inilah yang melahirkan kepatuhan. Dan ini merupakan kelanjutan dari proses sosialiasasi.

3. *Utility,*

Pada dasarnya manusia mempunyai kecenderungan untuk hidup pantas dan teratur. Salah satu faktor yang menyebabkan orang taat pada kaedah adalah karena kegunaan daripada kaedah tersebut.

4. *Group identification,*

Salah satu sebab mengapa seorang patuh kepada kaedah, adalah karena kepatuhan tersebut merupakan salah satu sarana untuk mengadakan identifikasi dengan kelompok.

Dasar-dasar kepatuhan tersebut merupakan proses yang berkelanjutan yang perlu dilakukan secara terus menerus. Kepatuhan hanya dapat diwujudkan jika terjadi kerjasama antara pemerintah (dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak melalui aparat pajak) dengan Wajib Pajak. Direktorat Jenderal Pajak perlu secara terus menerus dan berkelanjutan melakukan pembinaan terhadap kepatuhan Wajib Pajak untuk menciptakan perubahan sikap dan perspektif Wajib Pajak terhadap pajak serta adanya perubahan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Kepatuhan individu pada dasarnya merupakan hasil dari proses internalisasi yang disebabkan oleh pengaruh-pengaruh social yang memberikan efek pada kognisi seseorang, sikap-sikap maupun pola perlakuannya dalam hal itu justru bersumber pada orang-orang lain di dalam kelompok. Apabila ditinjau dari perspektif psikologi social, Herbet Kelman berpendapat ada beberapa motif yang menyebabkan orang mendaftarkan diri menjadi Wajib Pajak dan membayar pajak, antara lain<sup>17</sup>:

1. Orang membayar pajak karena dia takut dihukum, bila dia menyembunyikan pajak atau tidak membayar pajak. Kelman menamakan perilaku demikian dengan istilah *compliance*.
2. Orang membayar pajak didorong oleh karena senang dan rasa hormat kepada petugas pemerintah, khususnya petugas pajak. Kelman menamakan motif kedua ini dengan istilah *identification*.

---

<sup>17</sup> Abdul Asri Harahap, *Op. Cit*, hal 53-54

3. Orang membayar pajak karena kesadaran bahwa pajak itu memang berguna untuk dirinya sendiri maupun masyarakat luas. Dalam tingkatan ini, masyarakat sudah menginternalisasikan norma hidup bersama yang memerlukan pajak untuk kepentingan bersama. Tingkatan ini disebut Kelman dengan istilah *internalization*.

Berdasarkan pendapat Kelman tersebut, maka untuk kasus di Indonesia, Wajib Pajak Indonesia masih berada pada tingkatan *compliance*. Hal ini disebabkan masih banyaknya Wajib Pajak yang masih belum melaksanakan kewajibannya meskipun telah ada undang-undang yang mengatur pelaksanaan pajak, serta adanya sanksi administratif dan pidana atas pelanggaran terhadap pelaksanaan kewajiban perpajakan tersebut.

Kutchinsky membagi tingkat kesadaran hukum (pajak) dalam empat indikator antara lain<sup>18</sup>:

1. Pengetahuan tentang peraturan-peraturan hukum (*law awareness*)  
Diukur apabila Wajib Pajak mengetahui perilaku-perilaku tertentu yang telah diatur oleh hukum, perilaku ini menyangkut perilaku baik yang dilarang oleh hukum maupun perilaku yang diperbolehkan oleh hukum.
2. Pengetahuan tentang isi peraturan hukum (*law equitance*)  
Diukur apabila Wajib Pajak mempunyai pengetahuan dan pemahaman terhadap aturan-aturan dari segi isinya.
3. Sikap terhadap peraturan-peraturan hukum (*legal attitude*)  
Diukur apabila Wajib Pajak mempunyai kecenderungan untuk mengadakan penilaian tertentu terhadap hukum.
4. Pola-pola perilaku hukum (*legal behavior*)  
Diukur apabila Wajib Pajak telah berperilaku sesuai dengan hukum yang berlaku.

Kesadaran terhadap pajak sama dengan kesadaran kita terhadap hukum<sup>19</sup>. Peraturan perundang-undangan perpajakan merupakan bagian dari peraturan perundang-undangan hukum perdata. Pengetahuan Wajib Pajak terhadap isi peraturan perundang-undangan perpajakan akan berpengaruh pada sikap dan pola perilaku Wajib Pajak.

---

<sup>18</sup> Soerjono Sokanto, *Loc. Cit*, hal 158

<sup>19</sup> "Fungsi Sosial Pajak dalam Masyarakat" oleh Ayib Bakar, dalam buku *Pajak di Mata Rakyat* (Jakarta: Yayasan Bina Pembangunan, 1986), hal 209.

Seperti yang dikatakan oleh Victo Thoranyi, kurangnya pengetahuan dan informasi dan sulitnya untuk menerapkan peraturan tersebut merupakan penyebab manusia (Wajib Pajak) cenderung tidak mematuhi peraturan.

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan tingkatan yang menunjukkan Wajib Pajak Patuh atau tidak patuh terhadap aturan pajak di negaranya. Sebagai contoh adalah dalam pernyataan besarnya penghasilan atau memasukkan Surat Pemberitahuan Pajak dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Menurut Hasseldine sebagaimana dikutip oleh Nasucha, kepatuhan adalah melaporkan semua harta kekayaan Wajib Pajak yang akurat, sesuai dengan pemasukan, peraturan dan penerapan keputusan pengendalian pada waktu dilakukan pencatatan.<sup>20</sup>

Kriteria Wajib Pajak yang tergolong patuh diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 yang diubah dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 235/KMK.03/2003 jo. Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor 550 Tahun 2000. Ketentuan ini mencantumkan criteria yang terkait dengan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak, sebagaimana diatur dalam pasal **17C UU KUP**. Berdasarkan peraturan tersebut, Wajib Pajak patuh adalah yang memenuhi empat kriteria berikut<sup>21</sup>:

1. Wajib Pajak tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.
2. Wajib Pajak tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh ijin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajaknya.
3. Wajib Pajak tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindakan pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu sepuluh tahun terakhir.
4. Laporan Keuangan Wajib Pajak yang diaudit akuntan public atau BPKP harus mendapat status wajar tanpa pengecualian tersebut tidak mempengaruhi laba rugi fiskal. Selanjutnya ditegaskan bahwa seandainya laporan keuangan diaudit, laporan audit tersebut harus disusun dalam bentuk panjang (*long form report*) dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal.

---

<sup>20</sup> Chaizi Nasucha, *Loc. Cit*, hal 131.

<sup>21</sup> Adinur Prasetya dkk, *The Indonesian tax Brief*. (Jakarta: Koperasi Pegawai Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak, 2006), hal 65.

Dalam kriteria diatas disebutkan bahwa ukuran tingkat kepatuhan Wajib Pajak yang paling utama adalah penyampaian SPT, baik SPT Masa maupun SPT Tahunan oleh Wajib Pajak. Penyampaian SPT menjadi ukuran paling penting karena dengan menyampaikan SPT berarti Wajib Pajak telah melaksanakan pembayaran pajak sesuai dengan undang undang. Walaupun Wajib Pajak mempunyai penghasilan besar, atau the memungut pajak pihak ketiga, atau telah membuat pembukuan sesuai standar akuntansi yang berlaku, namun jika belum menyampaikan SPT, maka kepatuhannya tidak dapat diketahui. Semua usaha Wajib Pajak yang positif itu tidak ada artinya karena belum melaksanakan kewajibannya melalui SPT<sup>22</sup>.

Husen menyebutkan, bahwa tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya pada dasarnya tercermin dalam tiga hal antara lain<sup>23</sup>:

1. Patuh memenuhi kewajiban interim seperti pembayaran masa dan SPT Masa termasuk SPT PPN yang dilakukan setiap bulan,
2. Patuh memenuhi kewajiban tahunan, seperti menghitung pajak (*self assessment*) sesuai dengan yang seharusnya, melunasi hutang pajak tepat waktu, dan patuh dalam melaporkan perhitungan dalam SPT di akhir tahun pajak.
3. Patuh memenuhi ketentuan materiil dan yuridis formal perpajakan dengan melaksanakan pembukuan atas semua penghasilan dan biaya serta transaksi keuangan lainnya.

Kepatuhan pajak dapat diwujudkan dengan penyuluhan, pelayanan, dan penegakan hukum. Penegakan hukum dapat berupa pemeriksaan, penyidikan, dan penagihan dengan menempatkan Wajib Pajak sebagai pihak yang dihargai hak dan kewajibannya<sup>24</sup>. Salamun juga berpendapat bahwa penerangan sebagai bagian pelayanan kepada Wajib Pajak merupakan bagian yang sangat penting dari kegiatan pemungutan pajak di setiap negara, karena tingkat kepatuhan Wajib Pajak sangat ditentukan oleh tingkat pengetahuan Wajib Pajak mengenai hak dan kewajibannya yang telah ditetapkan dalam undang-undang dan peraturan perpajakan<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> *Ibid*, hal 66

<sup>23</sup> Sharifuddin Husen, "pemeriksaan Pajak Sebagai Tindakan Pengawasan atas Pelaksanaan Sistem Self Assessment dan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak". Tesis (Jakarta: Universitas Indonesia, 1996), hal 59-60.

<sup>24</sup> Abdul Asri Harahap, *Loc. Cit*, hal 35

<sup>25</sup> A. Tajakradiwirja Salamun, *Loc. Cit*, hal 18

Program-program untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak meliputi tiga strategi yaitu:

1. Membuat program atau kegiatan yang dapat menyadarkan dan meningkatkan kepatuhan sukarela khususnya terhadap Wajib Pajak yang selama ini belum patuh.
2. Meningkatkan pelayanan terhadap Wajib Pajak yang relative sudah patuh sehingga tingkat kepatuhan dapat dipertahankan dan ditingkatkan.
3. Memerangi ketidakpatuhan dengan program-program yang diharapkan dapat menangkal ketidakpatuhan.<sup>26</sup>

## **B. Konstruksi Model Analisis**

Valerie A. Zeithaml, A. Pasuraman, dan Leonard L. Berry menyebutkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh informasi dari mulut ke mulut (*word of mount communications*), kebutuhan-kebutuhan konsumen sendiri (*Personal Needs*), pengalaman masa lalu (*Past Experience*) hingga komunikasi internal melalui iklan. Mereka memberikan indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan menurut yang dikatakan dan dirasakan konsumen secara nyata oleh konsumen, yaitu<sup>27</sup>:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, perlengkapan, ruang tunggu, pegawai, sarana komunikasi, komputersasi administrasi, dan lain-lain
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kualitas pelayanan yang berupa kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

---

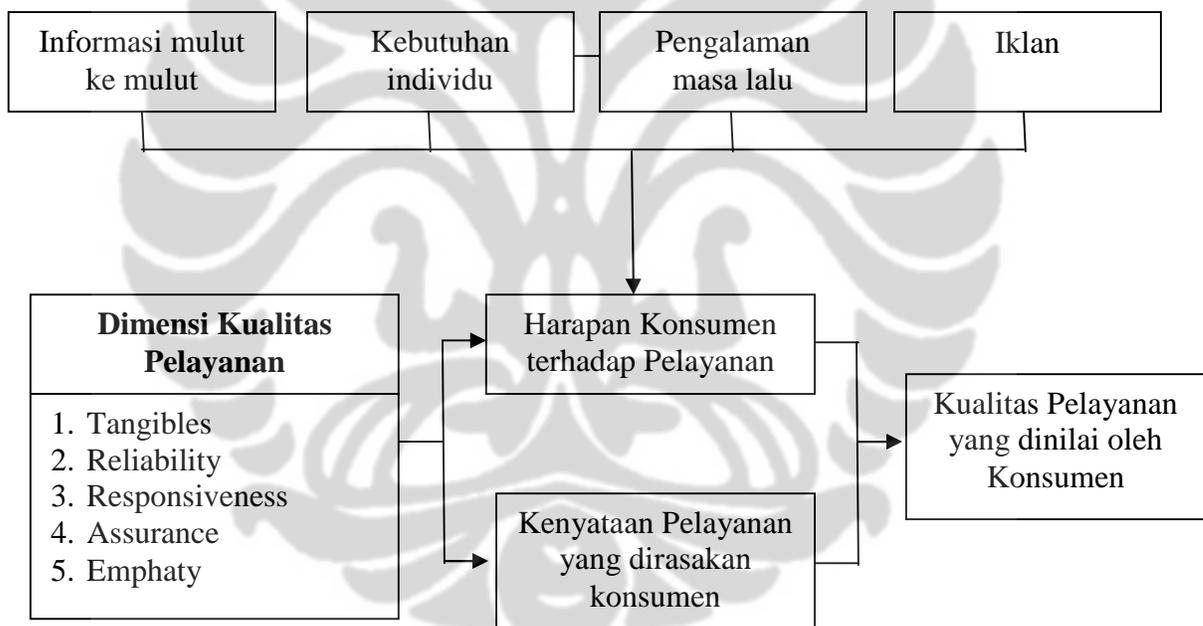
<sup>26</sup> Robert Pakpahan dan Toyomu Yuasa (editor), *Menuju Sistem dan Administrasi Perpajakan Berkelas Dunia*, (Jakarta: Kharisma, 2004), hal 41.

<sup>27</sup> Valerie A. Zeithaml, A. Pasuraman, Leonard L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer and Expectations* (New York: The Free Press, 1990) hal 23.

3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
5. *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Gambar II.2

**Penilaian Kualitas Pelayanan Menurut Konsumen**



Sumber: A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, L.L. Berry, “A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications for Future Research“, *Journal Of Marketing* 49, Musim gugur 1985, halaman 48.

Dari gambar tersebut, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu:

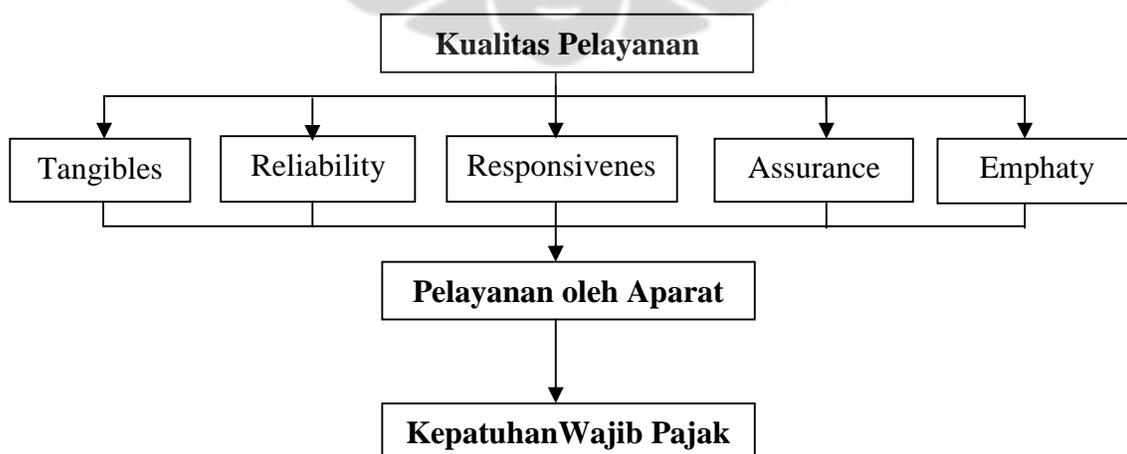
1. Harapan dari konsumen atau pelanggan terhadap pelayanan dipengaruhi oleh informasi dari mulut ke mulut (*word of mount communications*), kebutuhan-

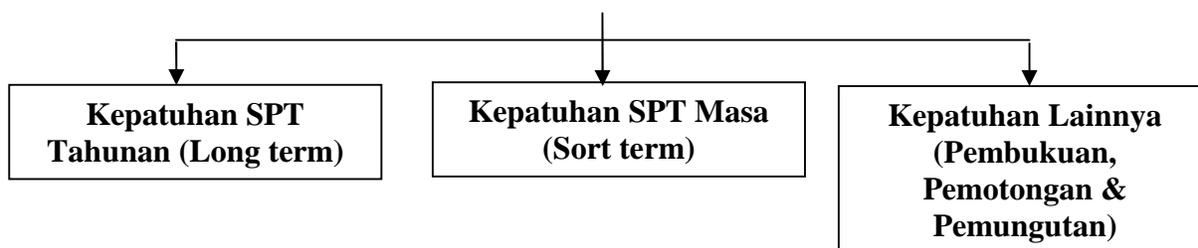
- kebutuhan konsumen sendiri (*Personal Needs*), pengalaman masa lalu (*Past Experience*) sampai pada komunikasi eksternal melalui iklan.
2. Kualitas pelayanan yang dinilai oleh konsumen merupakan hasil dari penilaian antara harapan dan kualitas pelayanan dengan kenyataan kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen. Apabila harapan sesuai dengan kenyataan, maka konsumen akan merasa puas, kemudian apabila kenyataan kualitas melebihi apa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa sangat puas, tetapi apabila kenyataan kualitas dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan kecewa.
  3. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dinilai menurut konsumen yaitu: *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka jika menghubungkan pelayanan menurut Valerie A. Zeithaml, A. Pasuraman, dan Leonard L. Berry dengan kepatuhan menurut Salamun dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II.3

### **Kualitas Pelayanan dan Kepatuhan Wajib Pajak**





Dalam model ini, kepatuhan Wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh ketentuan hukum seperti yang diungkapkan oleh Nasucha sebelumnya yaitu bahwa teori kepatuhan teori kepatuhan Wajib Pajak dapat digolongkan dalam teori paksaan dan teori konsensus. Menurut teori paksaan, orang akan mematuhi hukum karena adanya unsur paksaan dari kekuasaan yang bersifat legal dari penguasa. Adanya paksaan fisik sebagai monopoli dari penguasa agar tercipta suatu ketertiban untuk tujuan hukum. Unsur sanksi merupakan faktor yang mempengaruhi orang mematuhi hukum. Pada teori konsensus, masyarakat menerima sistem hukum sebagai legalitas hukum merupakan bentuk ketaatan terhadap hukum.

Kemudian, dari gambar II.3 dapat dilihat bahwa variabel pelayanan melalui sub variabel *Tangibles* yaitu kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik. *Reliability*, kualitas pelayanan yang berupa kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan. *Responsiveness*, keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan. *Assurance*, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya. dan *Empathy* kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan, diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan Wajib Pajak akan hak dan kewajibannya sehingga mempengaruhi kepatuhan

dari Wajib Pajak itu sendiri, baik kepatuhan SPT Tahunan, Masa dan Lainnya (Pembukuan, Pemotongan dan Pemungutan Pajak).

### C. Model Analisis

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu pelayanan Petugas TPT dan AR sebagai variabel bebas (variabel independen) dan kepatuhan Wajib Pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakan sebagai variabel terikat (variabel dependen). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepatuhan Wajib Pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan Petugas TPT dan AR dalam organisasi. Hubungan antara kedua variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar II.3**  
**Model analisis**



### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.<sup>28</sup> Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif memuat rumusan hipotesis. Hipotesis penelitian didasarkan pada hubungan statistik antara dua variabel. Hipotesis dalam penelitian ini

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bandung : CV. Alfabeta, 2004, hal 70.

adalah hipotesis korelasi yang digunakan khususnya pada pembahasan mengenai hubungan antara variabel ordinal.<sup>29</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho :	Tidak terdapat hubungan antara pelayanan Petugas TPT dan AR dengan kepatuhan Wajib Pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakan
Ha :	Terdapat hubungan antara pelayanan Petugas TPT dan AR dengan kepatuhan Wajib Pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakan

### **E. Operasionalisasi Konsep**

Setelah mendapatkan hipotesis mengenai hubungan tingkat sosialisasi dengan tingkat kepatuhan Wajib Pajak, maka dapat dirumuskan operasionalisasi konsep sebagai bentuk penjabaran dari hipotesis yang telah didapat. Operasionalisasi konsep digunakan untuk membantu pelaksanaan penelitian di lapangan. Bentuk operasionalisasi konsepnya adalah sebagai berikut:

---

<sup>29</sup> Wim Van Zanten, *Statistika untuk Ilmu-ilmu Sosial*, edisi ke-2, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, hal 244.

**Tabel II.1**  
**Operasionalisasi Konsep**

Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Skala
Pelayanan	Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sangat Tidak Setuju</li> <li>• Kurang Setuju</li> <li>• Ragu-ragu</li> <li>• Setuju</li> <li>• Sangat Setuju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harapan Pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tangible</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi tempat layanan</li> <li>2. Fasilitas tempat layanan</li> <li>3. Suasana tempat layanan</li> <li>4. Jumlah petugas pemberi layanan</li> <li>5. Ada kejelasan informasi</li> </ol> </li> <li>• <i>Emphaty</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha petugas untuk memberikan layanan terbaik</li> <li>2. Keramahan petugas pemberi layanan</li> <li>3. Keadilan dalam hal pelayanan</li> <li>4. Kesediaan</li> </ol> </li> </ul>	Ordinal

				<p>bekerja lebih lama dari petugas pemberi layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Responsiveness</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan petugas pemberi layanan</li> <li>2. Kejelasan prosedur</li> <li>3. Kecepatan memberikan layanan</li> </ol> </li> <li>• <i>Reliability</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sarana penerimaan keluhan</li> <li>2. Tanggap terhadap keluhan</li> <li>3. Keseriusan petugas pemberi layanan</li> </ol> </li> </ul>	
--	--	--	--	--	--

				<p>4. Kesungguhan</p> <p>petugas</p> <p>pemberi</p> <p>layanan</p> <p>5. Tanggung</p> <p>jawab petugas</p> <p>pemberi</p> <p>layanan</p> <p>• Assurance</p> <p>1. Keterampilan</p> <p>petugas</p> <p>pemberi</p> <p>layanan</p> <p>2. Keahlian</p> <p>petugas</p> <p>pemberi</p> <p>layanan</p> <p>• Kenyataan</p> <p>Pelanggan</p> <p>3. Kejujuran</p> <p>petugas</p> <p>pemberi</p> <p>layanan</p> <p>4. Kecermatan</p> <p>petugas</p> <p>pemberi</p> <p>layanan</p> <p>• Tangible</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>1. Lokasi tempat</p> <p>2. Fasilitas tempat layanan</p> <p>3. Suasana tempat layanan</p> <p>4. Jumlah petugas pemberi layanan</p> <p>5. Ada kejelasan informasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Emphaty</i></li> </ul> <p>5. Usaha petugas untuk memberikan layanan terbaik</p> <p>6. Keramahan petugas pemberi layanan</p> <p>7. Keadilan dalam hal pelayanan</p> <p>8. Kesiediaan bekerja lebih lama dari petugas pemberi layanan</p>	
--	--	--	--	--	--

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Responsiveness</i></li> </ul> <p>4. Kemampuan petugas pemberi layanan</p> <p>5. Kejelasan prosedur</p> <p>6. Kecepatan memberikan layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Reliability</i></li> </ul> <p>6. Sarana penerimaan keluhan</p> <p>7. Tanggap terhadap keluhan</p> <p>8. Keseriusan petugas pemberi layanan</p> <p>9. Kesungguhan petugas pemberi layanan</p> <p>10. Tanggung</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>jawab petugas pemberi layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Assurance</li> </ul> <p>5. Keterampilan petugas pemberi layanan</p> <p>6. Keahlian petugas pemberi layanan</p> <p>7. Kejujuran petugas pemberi layanan</p> <p>8. Kecermatan petugas pemberi layanan</p>	
Kepatuhan	Kepatuhan Wajib Pajak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak Pernah</li> <li>• Kadang-kadang</li> <li>• Cukup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kewajiban SPT Masa</li> </ul>	<p>1. Pembayaran pajak tepat waktu</p> <p>2. Pengisian SPT dengan benar dan sesuai</p>	Ordinal

		<p>Sering</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering</li> <li>• Selalu</li> </ul>		<p>dengan UU</p> <p>Perpajakan</p> <p>3. Pelaporan SPT tepat waktu</p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kewajiban SPT Tahunan</li> </ul>	<p>1. Pembayaran pajak tepat waktu</p> <p>2. Pengisian SPT dengan benar dan sesuai dengan UU Perpajakan</p> <p>3. Pelaporan SPT tepat waktu</p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kewajiban Pajak Lainnya</li> </ul>	<p>1. Melakukan pembukuan sesuai dengan Standar Akuntansi yang berlaku</p> <p>2. Melakukan Pemungutan/ Pematangan pajak pihak</p>

				lain	
--	--	--	--	------	--

## **F. Metode Penelitian**

Penelitian memiliki kedudukan yang signifikan dalam perkembangan suatu ilmu pengetahuan. Penelitian sosial diperlukan untuk memahami berbagai gejala atau realitas sosial. Seperti yang kita ketahui, ilmu-ilmu sosial yang ada saat ini merupakan hasil perkembangan dari penelitian yang telah dilakukan. Namun suatu realitas sosial akan menghasilkan suatu pemahaman yang berbeda karena dipengaruhi oleh perbedaan cara pandang dan asumsi yang digunakan oleh peneliti. Dengan kata lain perbedaan cara pandang berimplikasi pada pilihan metodologi yang tercermin dalam tujuan penelitian, penggunaan kerangka teori, metode penelitian dan analisa data. Konsekuensinya, pilihan ini akan berimplikasi pula pada kesimpulan atau realitas sosial yang diteliti.

### **1. Pendekatan Penelitian**

Terbentuknya setiap konsep tidak pernah terlepas dari sebuah asumsi. Neuman mengemukakan bahwa setiap teori dan konsep dibangun berdasarkan serangkaian asumsi tentang hakekat manusia, kenyataan sosial atau gejala tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan didasari empat asumsi dasar. Asumsi pertama, dari sisi ontologi (hakekat dasar gejala sosial), pendekatan kuantitatif yang diterapkan pada penelitian sosial ini disebabkan karena sesuatu yang diteliti merupakan hal yang real, bersifat unuversal, dan diakui semua orang. Dalam penelitian ini, para

peneliti adalah individu-individu yang bebas nilai, mereka tidak membawa nilai-nilai yang mereka miliki karena mendasarkan pada hukum universal.

Kedua, berdasarkan epistemologinya, bahwa pendekatan ini melihat sesuatu yang real, yang berada diluar diri manusia<sup>30</sup>. Penelitian dilakukan dengan penelitian survei, yaitu mengumpulkan jawaban dari responden atas pertanyaan yang merupakan pengukuran dari variabel yang diteliti, serta menguji hipotesis. Dengan logika pemikiran ilmiah yang mencakup proses pembentukan ide dan gagasan diberlakukan secara ketat, penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif memakai penjelasan nomotetik dan melalui pemikiran deduktif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini cenderung untuk mengambil faktor-faktor krusial saja, dengan menghilangkan faktor lainnya.

Ketiga, berdasarkan hakekat dasar manusia, menggunakan asumsi bahwa manusia dipengaruhi oleh lingkungannya. Terakhir, berdasarkan asumsi aksiologi, bahwa manusia berusaha mencari penjelasan-penjelasan mengapa sampai ada definisi lain hingga akhirnya menemukan suatu yang dapat diterima secara *universal*.

## **2. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yaitu berdasarkan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dimensi waktu, dan teknik pengumpulan data.<sup>31</sup> Berikut akan dipaparkan lebih jauh kaitan antara jenis-jenis penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan di lapangan.

### **a. Tujuan penelitian**

---

<sup>30</sup> Wuisman, *Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Lembaga Penerbit FE-UI, 1996, hal. 6.

<sup>31</sup> LW, Newman, *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approach*, Boston : Allyn and Bacon, 1997, Hal. 32

b. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori. Penelitian ini ingin mengetahui sebab dan alasan mengapa sesuatu terjadi (why)<sup>32</sup>. Dimana Peneliti mencari penjelasan mengenai sebab dan alasan Wajib Pajak tidak puas terhadap pelayanan dan seberapa jauh pengaruh pelayanan Aparat Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Pademangan .

c. Manfaat Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian murni, karena dilakukan dalam rangka melihat kesesuaian antara teori dengan realita di lapangan. Hal ini juga dapat dilihat bahwa fokus penelitian ada pada logika dan rancangan penelitian dibuat peneliti. Selain itu, Peneliti juga bebas memilih permasalahan dan subyek penelitian yaitu mengenai hubungan pelayanan petugas TPT dan AR terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan dalam melaporkan kewajiban perpajakannya. Hal-hal tersebut jelas mendukung bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian murni. Selain itu, peneliti ingin memberikan manfaat bagi aparat pajak khususnya di KPP Pratama Jakarta Pademangan berupa bantuan evaluasi terhadap petugas TPT dan Account Representative di tempat penelitian.

d. Dimensi Waktu

Menurut waktu pengumpulannya, penelitian yang akan dilakukan di lapangan tergolong dalam penelitian *cross sectional* dimana data dikumpulkan pada suatu waktu tertentu untuk menggambarkan keadaan pada waktu tersebut.<sup>33</sup> Sehubungan dengan digunakannya pendekatan kuantitatif, data yang diperoleh dari unit analisis dan unit observasi dikumpulkan dalam satu waktu tertentu.

---

<sup>32</sup> Bailey, *Methods Of Social Research*, New York: The First Press a Division of Mac Millan, 1990, hlm. 40.

<sup>33</sup> Y. Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, hal. 8.

e. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan teknik pengumpulan data, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian survei. Menurut Walize dan Wienir, survei didefinisikan sebagai rancangan yang tergantung pada jawaban orang terhadap pertanyaan. Definisi survei dapat diperluas untuk mencakup suatu data yang telah dikumpulkan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai suatu unit atau sekelompok unit.<sup>34</sup> Sehingga berdasarkan teknik pengumpulan data survei, Peneliti akan mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden yang tersusun dalam bentuk kuesioner maupun dalam wawancara lisan yang hasilnya direkam.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data primer

Data primer ialah data yang dikumpulkan langsung dari objeknya dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan.<sup>35</sup> Data primer yang akan diolah dalam penelitian ini bersumber dari survei yang dilakukan pada Wajib Pajak atau konsultan pajaknya dan wawancara kepada pegawai KPP yang berkaitan.

2. Data sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh oleh suatu organisasi atau perusahaan yang sudah dipublikasikan.<sup>36</sup> Data sekunder yang akan digunakan dalam

---

<sup>34</sup> Michael H. Walize dan Paul L, Wienir, *Metode dan Analisa Penelitian: Mencari Hubungan*, Jakarta: Erlangga, 1993.

<sup>35</sup> Y. Supranto, *op cit*, hal. 7.

<sup>36</sup> *Ibid.*

penelitian ini adalah data statistik yang bersumber dari Direktorat Informasi Perpajakan ataupun data statistik KPP.

#### **4. Populasi dan Sampel**

Dalam melakukan suatu penelitian tentu perlu diketahui terlebih dahulu keseluruhan gejala atau objek yang akan diteliti yang disebut populasi, tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti apabila jumlahnya sangat banyak, sehingga perlu ditentukan sampel dari populasi tersebut yang memiliki sifat representatif agar dapat mewakili objek yang akan diteliti. Di bawah ini akan dijelaskan mengenai populasi dan sampel dalam penelitian ini.

##### **a. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang akan diteliti. Populasi terdiri dari populasi target dan populasi survei. Adapun yang dimaksud dengan populasi target adalah batasan penelitian tentang populasi penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui populasi target suatu penelitian, Peneliti perlu mengetahui unit analisis dan unit observasi dalam penelitian ini. Unit analisis adalah satuan yang akan diteliti yaitu Wajib Pajak aktif di KPP Pratama Jakarta Pademangan . Sedangkan Unit observasi adalah satuan darimana data diperoleh. Dalam hal ini Peneliti memperoleh data langsung dari Wajib Pajak aktif di KPP Pratama Jakarta Pademangan . Setelah mengetahui unit analisis dan unit observasi, maka populasi target dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak aktif di KPP Pratama Jakarta Pademangan Jakarta.

Sedangkan yang dimaksud dengan populasi survei adalah batasan populasi yang muncul karena keterbatasan kondisi di lapangan atau sesuai dengan kerangka sampel yang berhasil dibentuk peneliti untuk menarik sampel. Dalam hal ini, terdapat perbedaan

antara target populasi yang diinginkan dengan populasi yang ada dilapangan. Oleh karena itu, populasi survei dalam penelitian ini hanya mencakup Wajib Pajak aktif di KPP Pratama Jakarta Pademangan yang kantornya berkedudukan di DKI Jakarta.

b. Sampel

Setelah mengetahui populasi target dan populasi survei dalam penelitian ini, maka selanjutnya Peneliti harus menentukan apakah menggunakan kerangka sampel atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kerangka sampel dengan data yang diperoleh dari KPP Pratama Jakarta Pademangan . Adapun yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari populasi yang merupakan objek sesungguhnya dari penelitian. Kerangka sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Sampling unit

Sampling unit dari penelitian ini adalah Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Pademangan .

- Sampling elemen

Sampling elemen dari penelitian ini adalah Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Jakarta Pademangan .

Sampling unit dalam penelitian ini sama dengan sampling elemen karena penelitian ini dapat membuat kerangka sampel.

Teknik penarikan sampel yang ideal memiliki sifat-sifat seperti di bawah ini:<sup>37</sup>

- a. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi.
- b. Dapat menentukan preposisi dari hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan baku (standar) dari taksiran yang diperoleh.

---

<sup>37</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta: PT Pertja, 1982, hlm. 105.

- c. Sederhana, sehingga mudah dilaksanakan.
- d. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya yang serendah-rendahnya.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penarikan sampel *accidental random sampling*. Hal ini karena populasi dalam penelitian ini yaitu Wajib Pajak Badan aktif di KPP Pratama Jakarta Pademangan yang kantornya berada di DKI Jakarta memiliki karakteristik homogen.

Mekanisme yang dilakukan sebagai berikut:

1. Melakukan pendataan populasi di KPP Pratama Jakarta Pademangan , total populasi sebanyak 5.321 Wajib Pajak.
2. Penarikan sampel, dengan ketentuan sebagai berikut:

Dari 5.321 jumlah populasi, dilakukan pengambilan sampel dengan nilai kritis 10% menggunakan rumus Solvin<sup>38</sup> yakni:

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

$$n = \frac{5.321}{1 + 5.321 \cdot 0,1^2}$$

$$= 98$$

Keterangan :

- N : Besaran Populasi
- n : Besaran Sampel
- e : Nilai Kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

## 5. Teknik Analisis Data

---

<sup>38</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, op.cit, hal 136 .

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknis analisis data bivariat. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yang cenderung pada hubungan asimetris. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan Aparat Pajak dan variabel dependennya adalah kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Pademangan . Teknik analisis data bivariat meletakkan dua variabel pada sebuah tabel secara bersamaan dalam aturan-aturan tertentu sehingga hubungan interrelasi dari dua variabel tersebut dapat diperiksa<sup>39</sup>.

Teknik analisis data data bivariat dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu pelayanan petugas TPT dan AR terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Pademangan. Penelitian ini menggunakan ukuran statistik untuk menganalisis data bivariat. Oleh karena itu, terlebih dahulu harus diketahui skala pengukuran dari variabel tersebut. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal. Hal ini karena variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepatuhan Wajib Pajak memiliki skala ordinal. Dimana variabel tersebut dapat dibedakan menjadi ‘baik’ dan ‘tidak baik’. Serta, ‘baik’ memiliki tingkat yang lebih tinggi daripada ‘tidak baik’.

Selain dapat dibedakan, variabel independen ini juga memiliki tingkatan dimana apabila ‘baik’ memiliki tingkat yang lebih tinggi daripada pada ‘tidak baik’. Begitupun, pada variabel dependen yaitu kualitas pelayanan yang juga memiliki skala ordinal. Dimana variabel tersebut dapat dibedakan menjadi ‘baik’ dan ‘tidak baik’. Serta, ‘baik’ memiliki tingkat yang lebih tinggi daripada ‘tidak baik’. Adapun, arah hubungan dalam penelitian ini adalah asimetris yaitu suatu variabel mempengaruhi atau menyebabkan

---

<sup>39</sup> Bailey, *op cit*, hlm 24.

variabel lain. Dalam hal ini kualitas pelayanan Aparat Pajak memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Pademangan .

Berdasarkan skala pengukuran dan arah pengukuran yang telah dikemukakan diatas maka ukuran statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Somers'D. Peneliti menggunakan Somers' D karena ukuran statistik ini dapat digunakan pada skala pengukuran ordinal dengan arah hubungan asimetrik.<sup>40</sup>

Berdasarkan hal yang telah dikemukakan diatas maka ukuran statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Peneliti menggunakan skala likert karena ukuran statistik ini memiliki urutan yang jelas mulai dari “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, hingga “sangat tidak setuju”<sup>41</sup>. Dengan data yang diperoleh dalam bentuk skala ordinal, untuk keperluan analisis terlebih dahulu dibuat skoring dan diubah dalam bentuk tabel frekuensi dengan program SPSS 13.

Data yang diperoleh dari kuesioner belum tentu seluruhnya dapat digunakan. Instrumen penelitian yang valid diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap data yang ada. Menurut Irawan, instrumen yang baik memenuhi dua syarat yaitu reliabel dan valid. Bila menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel<sup>42</sup>.

Reliabilitas merupakan salah satu atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik, berhubungan dengan apa benar skor pengukuran terbebas dari kesalahan. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh American Psychological Association, besarnya

---

<sup>40</sup> George Argyrous, *Statistics for Social Research*, London: Macmillan Press Ltd, 1997,hal 350.  
<sup>41</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *op.cit*, hal 110.  
<sup>42</sup> Prasetya Irawan, *Metode Kualitatif dan Kuantitatif untuk ilmu-ilmu sosial*, (Jakarta : Self Press, 2006), hal 115

koefisien reliabilitas minimal yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0.50. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai uji reliabilitas lebih dari 0.50. Uji reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*).

Sesuai dengan tujuan penelitian variabel yang akan dianalisis adalah kualitas pelayanan di KPP Pratama Jakarta Pademangan, untuk mengukurnya digunakan metode SEVQUAL (*Service Quality*) yang diindikasikan dengan kepuasan pelanggan, dalam penelitian ini adalah wajib pajak. Dalam analisis tersebut pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden dapat dikelompokkan menjadi 5 aspek sebagai berikut:

1. *Tangible* : Tampilan fisik pelayanan perusahaan
2. *Responsiveness* : Ketanggapan perusahaan dalam memberi pelayanan
3. *Reliability* : Kemampuan perusahaan mewujudkan janji
4. *Assurance* : Kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan
5. *Empathy* : Kemampuan perusahaan memahami kebutuhan pelanggan

Masing-masing pertanyaan pada tiap indikator tersebut kemudian diberi skor. Dari hasil penskoran tersebut dihasilkan nilai yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan perugas TPT dan AR tergolong "baik" atau "tidak baik". Penentuan baik atau tidak baiknya pelayanan yang diberikan petugas ditentukan oleh mean dari nilai pelayanan itu sendiri. Jika nilai pelayanan lebih kecil atau sama dengan ( $\leq$ ) nilai mean, maka pelayanan digolongkan pada "tidak baik". Sementara jika nilai pelayanan lebih besar ( $>$ ) dari mean, maka pelayanan dapat dikategorikan "baik".

Pengukuran tingkat kepatuhan juga dilakukan dengan pemberian skor pada masing-masing indikator yang meliputi kepatuhan masa, kepatuhan tahunan, dan

kepatuhan lainnya (dalam hal ini penulis hanya membatasi pada kepatuhan pembukuan dan kepatuhan pemotongan dan pemungutan pajak pihak lain). Dari hasil penskoran tersebut dihasilkan nilai yang menunjukkan bahwa kepatuhan Wajib Pajak tergolong "patuh" atau "tidak patuh". Penentuan patuh dan tidak patuhnya Wajib Pajak ditentukan oleh mean dari nilai kepatuhan itu sendiri. Jika nilai kepatuhan lebih kecil atau sama dengan ( $\leq$ ) nilai mean, maka kepatuhan digolongkan pada "tidak patuh". Sementara jika nilai kepatuhan lebih besar ( $>$ ) dari mean, maka kepatuhan dapat dikategorikan "patuh".

## **6. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu beberapa data yang diperlukan untuk penelitian merupakan data-data negara dan bersifat rahasia sehingga tidak dapat dipublikasikan. Selain itu, untuk memfokuskan penelitian ini pada satu bidang, maka Peneliti merasa cukup untuk melakukan survei terhadap Wajib Pajak yang terdaftar sebagai Wajib Pajak Badan Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Pademangan mengingat keterbatasan waktu dan biaya penelitian.