

Dari sekian banyak definisi pajak, penulis mengutip salah satu definisi yaitu menurut Rochmat Sumitro” Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*” (Apriansyah, 2004).

Garvin (dalam Bounds et al. 1994) mengungkapkan bahwa kualitas sebagai suatu konsep yang sudah lama dikenal, tetapi kemunculannya sebagai fungsi manajemen baru terjadi akhir-akhir ini. Ia membagi pendekatan modern terhadap kualitas kedalam empat era kualitas, yaitu inspeksi, pengendalian kualitas statistikal, jaminan kualitas, dan manajemen kualitas strategik.

Goetsh dan Davis (1994) dalam Tjiptono (2000) mendefinisikan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi konsumen. Kotler (1997) berpendapat bahwa semua kegiatan untuk mempermudah pelanggan menghubungi pihak-pihak yang tepat diperusahaan dan mendapatkan pelayanan, jawaban dan penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan.

Cronin dan Taylor (1992) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan fungsi dari sikap. Sementara itu, hanya sedikit bukti empiris maupun teoritis yang mendukung relevansi dari gap pengharapan-kinerja sebagai dasar untuk mengukur kualitas pelayanan (Carman 1980, dalam Aris, 2004).

Balton dan Drew (1991) dalam Aris (2004) menyatakan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah konstruk yang berbeda tetapi berhubungan melalui cara kepuasan menjadi perantara efek dari persepsi kualitas

pelayanan sebelumnya untuk terbentuknya persepsi kualitas yang telah diperbaiki. Parasuraman dkk (dalam Tjiptono 1999) mengidentifikasi SERVQUAL atau lima dimensi pokok yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada adanya perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen, yaitu: *responsiveness, reliability, assurance, empathy dan tangibles*.

Kotler (1990) menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Cronin dan Taylor (1992) mencoba mengembangkan pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan kinerja sebagai alternatif yang relatif lebih mudah dibandingkan dengan instrumen SERVQUAL.

Parasuraman dkk (1985) dalam Aris (2004) menyatakan pengukuran kualitas pelayanan didasarkan atas teori gap (kesenjangan) dimana perbedaan antara pengharapan konsumen mengenai kinerja penyedia pelayanan dan penilaian mereka terhadap kinerja aktual di perusahaan tertentu akan mengarahkan atau mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan.

Dengan menerapkan kualitas pelayanan, beberapa manfaat dapat diperoleh perusahaan, yaitu: peningkatan kualitas, peningkatan kinerja KPPD, meningkatkan produktivitas karyawan, mengurangi keluhan konsumen,

meningkatkan kesempatan pasar, lebih berorientasi pada pelanggan dan kesempatan untuk meningkatkan pendapatan daerah ([www. Pajak.go.id](http://www.Pajak.go.id)).

Kualitas pelayanan KPPD dalam melayani masyarakat menarik untuk diketahui, karena keberhasilan pemungutan pajak tergantung pada kepuasan wajib pajak di KPPD tersebut. Melihat pentingnya kualitas pelayanan KPPD dalam melayani masyarakat maka KPPD diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada perannya, terutama kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kepuasan pelanggan.

Dalam menghimpun berbagai macam jenis pajak yang dipungut pemerintah kepada masyarakat, Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KPPD) mempunyai peranan yang penting dalam usaha pengumpulan dana dari masyarakat melalui pajak daerah karena pemerintah menjadi ujung tombak yang secara langsung berhubungan dengan masyarakat. Melalui KPPD masyarakat Wajib Pajak melaporkan kewajiban perpajakan. Juga apabila masyarakat memerlukan penjelasan mengenai pajak maka dapat menghubungi KPPD (Aprilia, 2004).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak KPPD Kota Yogyakarta”**. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Aris (2004). Pada penelitian terdahulu mengambil obyek perusahaan otomotif, Sedangkan obyek penelitian ini adalah Kantor Pelayanan Pajak Daerah Kota Yogyakarta.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan pada masalah yang dihadapi, maka didalam penulisan ini diberi beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Dimensi yang diteliti berdasarkan SERVQUAL (Parasuraman dkk, 1988) yaitu *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.
2. Persepsi wajib pajak terhadap pajak daerah di KPPD kota Yogyakarta dalam melayani masyarakat.
3. Persepsi wajib pajak terhadap kepuasan pelanggan di KPPD kota Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh positif dari dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan wajib pajak KPPD kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan pajak di Kantor Pelayanan Pajak Daerah dinilai baik oleh wajib pajak kota Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengaplikasian dibangku kuliah.
2. Manfaat Praktis, dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam kebijaksanaan Instansi dalam bidang operasional yaitu dalam memberikan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan para pemakai jasa, yang pada akhirnya akan memajukan Instansi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Wajib Pajak KPPD Kota Yogyakarta

Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungut pajak atau pemotong pajak tertentu (UU KUP No. 17 Tahun 2000).

Badan adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik Negara atau daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, dan organisasi yang sejenis, lembaga, bentuk usaha tetap, dan bentuk badan lainnya (Mardiasmo, 2003).

B. Kualitas Pelayanan Pajak Daerah

Pelayanan merupakan segala perbuatan yang dilakukan suatu pihak pada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu, serta produknya tidak berkaitan dengan produk fisik (Kotler, 1997). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Tjiptono, 2000).

Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang menentukan kualitas jasa. Pelanggan sebagai