

Tax Service Satisfaction Analysis Using the Servqual Method - Importance and Performance Analysis at the Regional Revenue Agency of Jeneponto Regency

Muhammad Nusran¹, Muh. Irsal Hidayat^{2*}, Anis Saleh³

Universitas Muslim Indonesia, Makassar

Corresponding Author: Muh. Irsal Hidayat cecef232@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Servqual Analysis

Received : 7 July

Revised : 15 July

Accepted: 23 August

©2024 Nusran, Hidayat, Saleh: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Service quality plays a crucial role in shaping the public's positive perception. This study applies the "Importance and Performance Analysis (IPA)" method to assess five dimensions of service quality at the Regional Revenue Agency of Jeneponto Regency, namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were collected through interviews, observations, and questionnaires. The results show that the average service quality score of 0.9910 is still below customer expectations and requires improvement, especially in the reliability dimension with the largest gap (-0.4688). The attributes most influencing customer satisfaction include quick response, clarity of regulations, information security, physical facilities, reliable assistance, and employees' concern for individual taxpayer situations

Analisis Kepuasan Pelayanan Pajak menggunakan Metode Servqual - Importance and Performance Analysis di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Jeneponto

Muhammad Nusran¹, Muh. Irsal Hidayat^{2*}, Anis Saleh³

Universitas Muslim Indonesia, Makassar

Corresponding Author: Muh. Irsal Hidayat cecef232@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Servqual Analysis

Received : 7 July

Revised : 15 July

Accepted: 23 August

©2024 Nusran, Hidayat, Saleh: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk persepsi positif masyarakat. Penelitian ini menerapkan metode "Importance and Performance Analysis (IPA)" untuk menilai lima dimensi kualitas pelayanan di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Jeneponto, yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan kepedulian. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata 0,9910 masih di bawah harapan pelanggan dan memerlukan perbaikan, terutama pada dimensi kehandalan dengan kesenjangan terbesar (-0,4688). Atribut yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi respons cepat, kejelasan aturan, keamanan informasi, fasilitas fisik, bantuan yang dapat diandalkan, dan kepedulian pegawai terhadap situasi individu wajib pajak

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era industrialisasi yang semakin kompetitif saat ini, persaingan global menuntut perubahan signifikan dalam berbagai sektor industri, baik di bidang manufaktur maupun terutama di bidang jasa. Kepuasan masyarakat sangat bergantung pada kualitas layanan yang diterima, karena ini membentuk persepsi mereka terhadap kualitas tersebut. Jika layanan yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan masyarakat, maka mereka akan merasa tidak puas, dan hal ini secara langsung akan mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang sangat dipengaruhi oleh produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menyebabkan adanya kepemilikan. Pelayanan mencerminkan perilaku petugas dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat untuk mencapai kepuasan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan penyampaian yang tepat guna mengimbangi harapan mereka. (Tjiptono, 2007).

Oleh karena itu, penelitian ini perlu melakukan analisis tingkat kepuasan masyarakat wajib pajak dengan mengukur kinerja menggunakan metode "Importance and Performance Analysis (IPA)" terhadap pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi tersebut adalah bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan kepedulian (empathy), yang digunakan sebagai klasifikasi untuk mengukur kualitas pelayanan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang sering dibahas di tingkat global, nasional, industri, dan perusahaan. Kepuasan pelanggan atau penumpang ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang diinginkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan dan saat ini dianggap sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Pembangunan nasional Indonesia bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur dengan meningkatkan taraf hidup, kecerdasan, dan kesejahteraan seluruh rakyat. Dalam upaya mencapai tujuan pembangunan nasional tersebut, pelaksanaan pembangunan harus merata di seluruh wilayah tanah air, karena pembangunan daerah merupakan bagian penting dari pembangunan nasional.

Untuk mendukung kelancaran pembangunan nasional, diperlukan pendanaan yang berasal dari penerimaan negara, yaitu melalui pemungutan pajak. Pajak daerah adalah pungutan yang dilakukan daerah berdasarkan peraturan yang ditetapkan untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum publik, sesuai dengan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak daerah terbagi menjadi dua jenis, yaitu Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten/Kota. Pajak Provinsi meliputi: Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan, dan Pajak Rokok.

Sedangkan Pajak Kabupaten/Kota meliputi: Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Sektor Pedesaan dan Perkotaan, serta Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan.

Dari kelima dimensi tersebut, peneliti memfokuskan perhatian pada Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, dan Pekerjaan responden untuk mengevaluasi penilaian pelanggan terhadap kinerja suatu layanan dan memahami tingkat kepuasan mereka. Pengukuran kepuasan pelanggan bertujuan untuk menilai sejauh mana pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemerintah, dibandingkan dengan tingkat kepuasan yang diharapkan. Penelitian ini didorong oleh keinginan untuk memahami seberapa baik kualitas pelayanan pajak di masyarakat, sehingga penulis merasa perlu menganalisis tingkat kepuasan masyarakat wajib pajak untuk menilai kualitas pelayanan yang telah diberikan. Analisis terhadap tingkat kepuasan masyarakat sangat penting dilakukan, mengingat hingga saat ini belum ada upaya yang dilakukan untuk mengukur kepuasan masyarakat wajib pajak di Kabupaten Jeneponto.

TINJAUAN PUSTAKA

Sektor jasa memiliki dampak besar terhadap suatu negara, karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh sektor ini memengaruhi kelancaran dan mobilitas individu dalam menghadapi dunia usaha yang semakin kompleks dan persaingannya yang semakin ketat (Nazhif et al., 2017). Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya, perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan (Nusran et al., 2021).

Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tidak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain (Mardikawati, 2013b).

Manajemen layanan adalah bidang multidisiplin yang mencakup praktik dan penelitian terkait dengan kualitas layanan (Wedy et al., 2016). Ia juga menekankan bahwa pemasaran jasa berfokus pada pelanggan dan karakteristik layanan, manajemen operasi jasa berkaitan dengan proses penyampaian layanan, sementara manajemen sumber daya manusia berfokus pada karyawan yang terlibat dalam penyampaian layanan (Sandy, 2019).

Terdapat 5 elemen dalam bauran pemasaran jasa yang merupakan pengembangan dari bauran pemasaran tradisional. Bauran pemasaran produk hanya mencakup 4P, yaitu: Product, Price, Place, dan Promotion. Namun, untuk jasa, keempat elemen tersebut dianggap belum memadai, sehingga para ahli pemasaran menambahkan 3 elemen tambahan, yaitu: People, Process, dan Customer Service. Dengan demikian, elemen marketing mix terdiri dari tujuh aspek, yaitu: Product (jenis jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen), Price (strategi penetapan harga), Place (sistem pengiriman atau penyampaian jasa),

Promotion (strategi promosi), People (kualitas dan jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam penyediaan jasa), Process (proses operasional dalam penyampaian jasa), dan Customer Service (pelayanan yang diberikan kepada konsumen) (Fassa et al., 2017).

Kualitas mencakup semua atribut dan karakteristik dari sebuah produk atau layanan terkait kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan atau yang bersifat tersembunyi. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan antara apa yang sebenarnya diterima oleh pelanggan dan harapan mereka terhadap layanan tersebut (Sandy, 2019). Kualitas jasa adalah topik yang sangat kompleks karena penilaiannya berbeda dari penilaian kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak berwujud (intangible) dan proses produksi serta konsumsi terjadi secara bersamaan (Febriarini & Astuti, 2019). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengelolaan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi ekspektasi pelanggan (Anggraini & Rahmidani, 2019). Pelayanan yang berkualitas adalah kunci kesuksesan perusahaan untuk bertahan dan mencapai keberlanjutan. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan atau dipersepsikan.

Salah satu strategi bagi perusahaan jasa untuk membedakan diri dari pesaing adalah dengan secara konsisten menyediakan layanan berkualitas lebih tinggi daripada kompetitor. Kuncinya adalah dengan menyesuaikan atau bahkan melampaui harapan mutu layanan pelanggan. Harapan masyarakat biasanya didasarkan pada pengalaman mereka. Mereka memilih penyedia jasa berdasarkan pengalaman sebelumnya dan, setelah menerima layanan, membandingkan kualitas layanan yang mereka rasakan dengan layanan yang mereka harapkan (Ong & Pambudi, 2014). Jika pelayanan yang diterima tidak memenuhi standar yang diharapkan, penyedia jasa akan kehilangan kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, jika pelayanan yang dirasakan sesuai dengan atau melebihi standar yang diharapkan, masyarakat akan cenderung menggunakan kembali layanan dari penyedia jasa tersebut (Mardikawati, 2013a).

Jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen, dapat terjadi kesenjangan. Oleh karena itu, penting untuk merancang sebuah model mutu pelayanan yang menekankan persyaratan utama agar dapat menyajikan layanan sesuai dengan standar yang diinginkan (Fajri, L., Sugiarto & Anggraini, 2019).

Kepuasan merujuk pada tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan mereka. Dengan demikian, tingkat kepuasan merupakan hasil dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang ada (Nusran & Alam, 2019).

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan

pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan (Supranto, 1997).

METODOLOGI

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat saat ini, kepuasan pelanggan menjadi kunci utama untuk mencapai keunggulan dan kesuksesan dalam pelayanan. Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan menyediakan kualitas pelayanan jasa yang memuaskan.

Untuk mencapai kualitas jasa yang baik, terdapat lima dimensi utama yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelanggan atau penumpang akan menilai atau mengevaluasi kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan (Indrajaya, 2018).

Lokasi penelitian yang merupakan objek penulisan dalam pengumpulan data adalah Kantor Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Jeneponto terletak di Jl. Lanto Dg Pasewang, Kel. Empoang, Kec. Binamu, Kab. Jeneponto, Sulawesi Selatan 92311 yang akan dilaksanakan dalam waktu yang tidak di tentukan.

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sementara data kuantitatif berupa angka-angka yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur, termasuk data dan dokumen perusahaan, referensi pustaka, internet, jurnal, dan berbagai sumber lainnya.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian kepustakaan mencakup sumber-sumber seperti buku, jurnal, artikel, dokumen, internet, dan referensi lain dari penelitian sebelumnya. Penelitian lapangan dilakukan melalui tiga teknik utama: kuisisioner, yang melibatkan penyebaran daftar pertanyaan kepada responden; observasi, yang mengamati objek penelitian secara langsung atau tidak langsung; serta wawancara, yang melibatkan tanya jawab dengan pihak terkait untuk mendapatkan data yang diperlukan.

Sebelum kita menghitung score servqual, maka kita terlebih dahulu menghitung rata - rata score dari tiap atribut dari ekspektasi dan persepsi yang diformulasikan sebagai berikut:

$$\bar{x}E_i = \frac{\sum E_i}{n} \quad (1)$$

$$\bar{x}P_i = \frac{\sum P_i}{n} \quad (2)$$

Nilai servqual merupakan selisih antara nilai persepsi dengan nilai ekspektasi, dan diformulasikan sebagai berikut:

$$SS_i = \bar{X}P_i - \bar{X}E_i \quad (3)$$

Servqual score negatif menunjukkan bahwa terdapat indikasi adanya gap kualitas pada atribut kualitas tersebut. Sedangkan servqual score positif menunjukkan indikasi kualitas yang cukup memuaskan pelanggan.

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen. Langkah pertama dalam metode Importance Performance Analysis (IPA) adalah menentukan sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut yang diteliti dengan membandingkan skor kinerja dan skor kepentingan. Rumus yang digunakan untuk mengukur kesesuaian tersebut adalah:

$$Tki \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \quad (4)$$

Tahap kedua adalah menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen menggunakan rumus:

$$X_i \frac{\sum X_i}{n} \quad (5)$$

$$Y_i \frac{\sum Y_i}{n} \quad (6)$$

Selanjutnya dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius, dengan rumus:

$$X_i \frac{\sum X_i}{k} \quad (7)$$

$$Y_i \frac{\sum Y_i}{k} \quad (8)$$

Langkah terakhir adalah mengkonversi setiap atribut ke dalam diagram kartesius. Setiap area memiliki kondisi tertentu untuk masing-masing atribut, sehingga atribut tersebut dapat dikategorikan ke dalam salah satu dari empat kuadran dalam diagram kartesius, sebagai berikut:

1. Kuadran I (prioritas utama) menunjukkan dimensi-dimensi yang dianggap penting tetapi belum diimplementasikan oleh pihak bank sesuai harapan nasabah, sehingga mengakibatkan kekecewaan atau ketidakpuasan. Dimensi-dimensi ini perlu menjadi fokus utama untuk diperbaiki.
2. Kuadran II (pertahankan prestasi) menggambarkan dimensi yang dianggap penting oleh nasabah dan telah dipenuhi oleh bank, sehingga perlu dipertahankan.
3. Kuadran III (prioritas rendah) menunjukkan dimensi yang dianggap kurang penting oleh nasabah, serta kinerja kualitas layanan yang tidak terlalu menonjol, sehingga hal ini tidak menjadi masalah bagi bank.

4. Kuadran IV (berlebihan) menggambarkan ukuran yang lebih kecil sesuai dengan tingkat kepentingan nasabah, namun bank menerapkannya secara berlebihan. Dalam hal ini, bank mungkin perlu mengurangi tingkat kinerja setiap dimensi yang termasuk dalam kategori ini.

Pada tahap ini, pengujian dilakukan menggunakan diagram Kartesius. Tabulasi jawaban dari 80 responden yang dibagikan mengenai Kepuasan/Performance dan Harapan/Importance sesuai dengan variabel kualitas pelayanan dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

1. Rata-rata skor Importance dan Performance untuk setiap atribut kualitas pelayanan dihitung dengan menjumlahkan rata-rata importance dan performance berdasarkan penilaian responden, kemudian membaginya dengan jumlah responden.
2. Rata-rata skor untuk setiap atribut kualitas pelayanan dalam hal importance dan performance dimasukkan ke dalam diagram kartesius.

HASIL PENELITIAN

Nilai servqual (gap) untuk setiap dimensi diperoleh dari selisih antara nilai persepsi dan harapan untuk dimensi tersebut. Atribut yang menunjukkan kesenjangan (gap) terbesar memerlukan perbaikan yang lebih prioritas. Perhitungan nilai servqual (gap) untuk setiap atribut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Perhitungan Gap Per Dimensi

No	Dimensi Servqual	Kepuasan(K)	Harapan (H)	Gap	Q = H/K
1	<i>Tangibles</i>	15,8438	15,6458	-0,1979	0,9875
2	<i>Reliability</i>	16,3854	15,9167	-0,4688	0,9714
3	<i>Responsiveness</i>	16,2500	16,1458	-0,1042	0,9936
4	<i>Assurance</i>	15,8333	15,8646	0,0313	1,0020
5	<i>Empaty</i>	15,8125	15,8229	0,0104	1,0007
	Rata-rata	16,0250	15,8792	-0,1458	0,9910

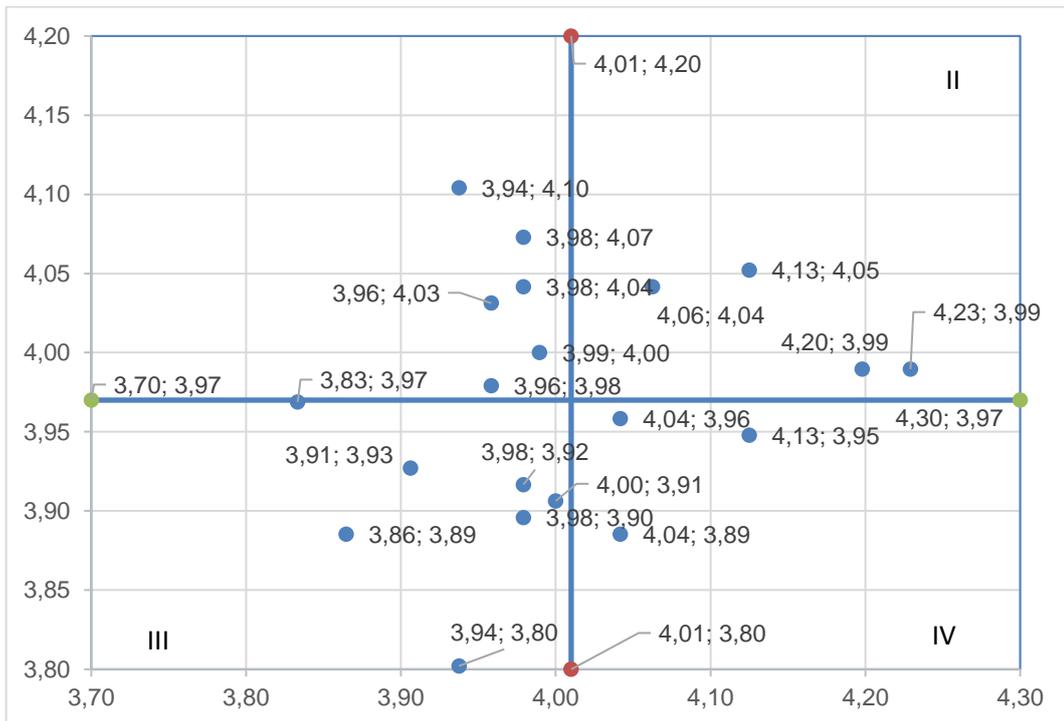
Apabila nilai (Q) > 1, maka dapat dikatakan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut baik. Dapat dilihat pada Tabel 4.6 bahwa nilai (Q) = 0,9893 hal ini menunjukkan (Q) < 1 yang artinya kualitas pelayanan Pajak Pendapatan Daerah Kabupaten Jeneponto kurang baik.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan

No	Presentase Keseuaian	Tingkat Kepuasan
1	20-40	Kepuasan Rendah
2	41-79	Kepuasan Sedang
3	80-100	Kepuasan Tinggi

Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan, diperoleh nilai rata-rata kesesuaian sebesar 91,19%, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada tingkat yang tinggi.

Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata kepuasan dan harapan, diperoleh skor rata-rata kepuasan sebesar 4,0063 dan skor rata-rata harapan sebesar 3,9698. Setelah mendapatkan skor rata-rata untuk masing-masing atribut, langkah berikutnya adalah memetakan data menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius digunakan untuk menentukan posisi setiap atribut dalam empat kuadran, yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III, dan kuadran IV. Keempat kuadran ini menggambarkan kondisi yang berbeda, dengan batasan skor rata-rata kepuasan sebesar 4,0063 dan harapan sebesar 3,9698 pada sumbu y.



Gambar. 1 Hasil Diagram Kartesius

Setiap kuadran menggambarkan situasi yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja memungkinkan pihak pelayanan pajak untuk segera memperbaiki atribut yang dianggap penting oleh nasabah dalam waktu yang relatif singkat. Masing-masing kuadran tersebut dapat dijelaskan dengan penjelasan berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Penentuan prioritas didasarkan pada nilai kepuasan masing-masing atribut dibandingkan dengan rata-rata kepuasan yang sebesar 4,0063. Semakin rendah nilai persepsi untuk suatu atribut, semakin tinggi prioritas atribut tersebut untuk diperbaiki.

Tabel 3. Atribut Prioritas Kuadran I

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan
1	<i>Responsiveness</i>	Pegawai pajak dengan cepat memberikan bantuan atau jawaban terhadap pertanyaan saya (P9)	3,9375
2	<i>Assurance</i>	Pegawai pajak memberikan penjelasan dengan jelas mengenai aturan dan kebijakan perpajakan (14)	3,9792
3	<i>Reliability</i>	Saya percaya bahwa informasi yang saya berikan kepada pajak akan dikelola dengan aman dan rahasia (P8)	3,9792
4	<i>Tangible</i>	Saya merasa puas dengan ketersediaan fasilitas fisik dan visual (kantor, formulir, dll) di kantor pajak (P1)	3,9583
5	<i>Assurance</i>	Saya merasa yakin bahwa saya akan mendapatkan bantuan yang saya butuhkan dari petugas pajak (P15)	3,9896
6	<i>Empaty</i>	Pegawai pajak menunjukkan kepedulian terhadap situasi individu wajib pajak (P19)	3,9583

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pemeringkatan prioritas didasarkan pada nilai tingkat kepuasan untuk setiap atribut. Semakin rendah nilai kepuasan untuk suatu atribut dibandingkan dengan rata-rata nilai kepuasan yang sebesar 4,0063, maka semakin tinggi prioritas atribut tersebut untuk diperbaiki.

Tabel 4. Atribut Prioritas Kuadran II

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan
1	<i>Responsiveness</i>	Saya merasa dihargai sebagai wajib pajak melalui sikap responsif petugas pajak (P10)	4,1250
2	<i>Responsiveness</i>	Proses penyelesaian pajak direspon dengan cepat dan efisien oleh pihak berwenang (P12)	4,0625
3	<i>Reliability</i>	Sistem perpajakan memberikan informasi yang konsisten dan dapat diandalkan (P6)	4,2292
4	<i>Reliability</i>	Pajak saya diproses secara akurat dan tepat waktu oleh petugas pajak (P5)	4,1979

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Penentuan prioritas didasarkan pada nilai tingkat kepuasan setiap atribut. Jika nilai kepuasan suatu atribut lebih rendah dibandingkan rata-rata kepuasan sebesar 4,0063, maka atribut tersebut memiliki prioritas lebih tinggi untuk dilakukan perbaikan.

Tabel 5. Atribut Prioritas Kuadran III

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan
1	<i>Tangebles</i>	Saya merasa nyaman dengan kebersihan dan kerapihan kantor pajak (P4)	3,9063
2	<i>Empaty</i>	Pegawai pajak menunjukkan kepedulian terhadap situasi individu wajib pajak (P20)	3,9792
3	<i>Assurance</i>	Saya merasa yakin bahwa informasi pajak saya diperlakukan dengan keamanan yang maksimal (P13)	4,0000
4	<i>Assurance</i>	Pegawai pajak menunjukkan tingkat keprofesionalan yang tinggi dalam memberikan layanan (16)	3,8646
5	<i>Reliability</i>	Petugas pajak memberikan jawaban yang jelas dan benar terkait pertanyaan saya (P7)	3,9792
6	<i>Empaty</i>	Petugas pajak menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan saya sebagai wajib pajak (P17)	3,8333

7	<i>Tangibles</i>	Kondisi fisik kantor pajak memberikan kesan profesional dan berkualitas (P2)	3,9375
---	------------------	--	--------

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pemeringkatan prioritas didasarkan pada tingkat kepuasan masing-masing atribut. Dibandingkan dengan rata-rata kepuasan sebesar 4,0063, atribut dengan nilai kepuasan yang lebih rendah akan memiliki prioritas yang lebih tinggi untuk diperbaiki.

Tabel 6. Atribut Prioritas Kuadran IV

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan
1	<i>Empaty</i>	Saya merasa didengar dan dimengerti oleh petugas pajak selama proses pengajuan pajak (P18)	4,0417
2	<i>Responsiveness</i>	Proses penyelesaian pajak direspon dengan cepat dan efisien oleh pihak berwenang (P11)	4,1250
3	<i>Tangibles</i>	Peralatan dan teknologi yang digunakan dalam layanan pajak terlihat modern dan up-to-date (P3)	4,0417

PEMBAHASAN

Skor Servqual tidak hanya mencerminkan kualitas sebuah instansi tetapi juga kepuasan pengguna terhadap instansi tersebut. Dalam perhitungan Servqual gap 5, dihitung selisih (gap) antara kepuasan yang diterima pelanggan dan harapan mereka setelah menerima layanan dari Pelayanan Pajak Pendapatan Kabupaten Jeneponto. Jika gap bernilai negatif, berarti kinerja perusahaan belum memenuhi ekspektasi pelanggan, sementara gap bernilai positif menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan dan berdampak positif pada citra perusahaan. Nilai gap terbesar ditemukan pada dimensi Reliability, dengan kepuasan sebesar 16,3864 dan harapan sebesar 15,9167, menghasilkan nilai gap sebesar -0,4688. Rata-rata nilai Q adalah 0,9910, yang menunjukkan $(Q) < 1$, menandakan bahwa kualitas pelayanan Pajak Pendapatan Daerah Kabupaten Jeneponto kurang memadai.

Dalam analisis Servqual sebelumnya, atribut yang perlu diperbaiki diidentifikasi berdasarkan nilai gap negatif. Namun, perbaikan tersebut memerlukan waktu dan biaya yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk menentukan urutan prioritas atribut yang harus diperbaiki terlebih dahulu. Salah satu metode untuk menentukan prioritas utama perbaikan adalah melalui analisis Importance Performance Analysis dengan menggunakan diagram kartesius.

1. Kuadran I

Atribut yang berada dalam kuadran I adalah atribut yang menjadi prioritas utama, di mana harapan pelanggan lebih tinggi daripada kinerja perusahaan. Ini menunjukkan bahwa atribut tersebut dianggap sangat penting oleh pelanggan, tetapi perusahaan belum memenuhi harapan mereka. Kuadran I mencerminkan ketidakpuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Berikut adalah atribut yang menjadi prioritas utama serta solusinya:

- a) Pegawai pajak dengan cepat memberikan bantuan atau jawaban terhadap pertanyaan saya (P9)
Solusi yang diberikan: Menyarankan agar kantor pajak terus meningkatkan responsivitas pegawainya dalam memberikan bantuan atau jawaban terhadap pertanyaan wajib pajak, dengan memperhatikan pelatihan yang lebih lanjut dan peningkatan efisiensi dalam penanganan pertanyaan
- b) Pegawai pajak memberikan penjelasan dengan jelas mengenai aturan dan kebijakan perpajakan (P14)
Solusi yang diberikan: Menyarankan agar kantor pajak terus memastikan bahwa pegawai pajak memberikan penjelasan dengan jelas mengenai aturan dan kebijakan perpajakan kepada wajib pajak, dengan memperhatikan pelatihan yang mendalam untuk meningkatkan pemahaman dan komunikasi yang efektif
- c) Saya percaya bahwa informasi yang saya berikan kepada pajak akan dikelola dengan aman dan rahasia (P8)
Solusi yang diberikan: Mengusulkan agar kantor pajak terus memastikan keamanan dan kerahasiaan informasi yang diberikan oleh

wajib pajak, serta menyediakan informasi lebih lanjut mengenai langkah-langkah konkret yang diambil untuk melindungi data tersebut

- d) Saya merasa puas dengan ketersediaan fasilitas fisik dan visual (kantor, formulir, dll) di kantor pajak (P1)

Solusi yang diberikan: Merekomendasikan agar kantor pajak terus menjaga standar pelayanan yang baik dan mempertimbangkan inovasi teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan kepada wajib pajak.

- e) Pegawai pajak menunjukkan kepedulian terhadap situasi individu wajib pajak (P19)

Solusi yang diberikan: Merekomendasikan agar kantor pajak terus mendorong pegawai pajak untuk menunjukkan kepedulian yang lebih dalam terhadap situasi individu wajib pajak, dengan memberikan pelatihan empati dan kebijaksanaan yang memungkinkan penanganan kasus secara lebih personal dan berorientasi pada kebutuhan masing-masing wajib pajak

- f) Saya merasa yakin bahwa saya akan mendapatkan bantuan yang saya butuhkan dari petugas pajak

Solusi yang diberikan: Merekomendasikan agar terus memastikan bahwa pegawai pajak menunjukkan kepedulian terhadap wajib pajak.

2. Kuadran II

Atribut yang berada di kuadran II adalah atribut yang harus dipertahankan oleh pihak Pelayanan Pajak, di mana kepuasan pelanggan dan harapan terhadap pelayanan pajak keduanya tinggi. Ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan sudah dikelola dengan baik oleh pihak pajak, sehingga pelanggan merasa puas. Terdapat 5 atribut dalam kuadran II. Atribut-atribut ini merupakan kekuatan pelayanan pajak yang memungkinkan mereka bersaing dengan layanan pajak lainnya. Kelima atribut tersebut harus dipertahankan prestasinya agar pelanggan tetap setia menggunakan layanan di instansi pajak ini. Urutan atribut berdasarkan nilai gap terbesar adalah sebagai berikut:

- a) Saya merasa dihargai sebagai wajib pajak melalui sikap responsif petugas pajak (P10)
- b) Proses penyelesaian pajak direspon dengan cepat dan efisien oleh pihak berwenang (P12)
- c) Sistem perpajakan memberikan informasi yang konsisten dan dapat diandalkan (p6)
- d) Pajak saya diproses secara akurat dan tepat waktu oleh petugas pajak (P5)

Selain harus dipertahankan, perlu dilakukan evaluasi untuk memastikan bahwa keempat atribut tetap berada di kuadran II dan untuk memeriksa adanya kesenjangan antara kepuasan dan harapan terhadap instansi pajak. Sering kali perusahaan mengabaikan atribut yang termasuk dalam kuadran II karena dianggap aman, sehingga tidak merasa perlu melakukan evaluasi.

3. Kuadran III

Atribut yang berada di kuadran III adalah atribut dengan prioritas perbaikan yang rendah, di mana baik kepuasan pelanggan maupun

harapan terhadap instansi pajak sama-sama rendah. Ini menunjukkan bahwa atribut tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dikelola oleh perusahaan dengan standar yang biasa saja karena tidak dianggap signifikan oleh pelanggan. Terdapat 7 atribut yang masuk dalam kuadran III. Meskipun atribut-atribut di kuadran III memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah bagi pelanggan, instansi pajak tetap harus memperhatikan dan memperbaikinya, karena di masa depan hal ini akan menjadi tuntutan untuk meningkatkan kualitas kinerja perusahaan. Urutan perbaikan dilakukan berdasarkan nilai gap yang diperoleh sebelumnya sebagai berikut:

- a) Saya merasa nyaman dengan kebersihan dan kerapian kantor pajak (P4)
Solusi yang diberikan : Merekomendasikan kepada kantor pajak agar terus meningkatkan kualitas pelayanan maupun fasilitas agar memberika kenyamanan kepada wajib pajak.
- b) Pelayanan pajak memberikan perasaan nyaman dan aman selama proses transaksi (P20)
Solusi yang diberikan: Menyarankan untuk memastikan bahwa pelayanan pajak terus memberikan perasaan nyaman dan aman selama proses transaksi, dengan terus meningkatkan aspek-aspek layanan yang menciptakan lingkungan yang mendukung keamanan dan kenyamanan bagi wajib pajak.
- c) Saya merasa yakin bahwa informasi pajak saya diperlakukan dengan keamanan yang maksimal (P13)
Solusi yang diberikan: Mengusulkan agar pihak berwenang terus memastikan bahwa informasi pajak wajib pajak diperlakukan dengan tingkat keamanan maksimal, dan dapat memberikan jaminan tambahan atau penjelasan terkait langkah-langkah konkret yang diambil untuk menjaga keamanan data tersebut
- d) Pegawai pajak menunjukkan tingkat keprofesionalan yang tinggi dalam memberikan layanan (P16)
Solusi yang diberikan: Merekomendasikan kepada kantor pajak agar pegawai pajak tetap fokus kepada wajib pajak dan mengenyampingkan masalah pribadi selama operasional kantor
- e) Petugas pajak memberikan jawaban yang jelas dan benar terkait pertanyaan saya (P7)
Solusi yang diberikan: Menyarankan kepada pegawai pajak agar memiliki empaty yang tinggi terhadap wajib pajak agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar
- f) Petugas pajak menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan saya sebagai wajib pajak (P17)
Solusi yang diberikan: Merekomendasikan agar pihak berwenang terus meningkatkan responsivitas dan efisiensi dalam proses penyelesaian pajak, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan efisien kepada wajib pajak.

- g) Kondisi fisik kantor pajak memberikan kesan profesional dan berkualitas (P2)

Solusi yang diberikan: Merekomendasikan agar pihak berwenang terus meningkatkan keamanan dalam penanganan informasi pajak wajib pajak, serta memberikan keyakinan lebih lanjut melalui penyediaan informasi transparan mengenai langkah-langkah keamanan yang diterapkan

4. Kuadran IV

Atribut dalam kuadran IV adalah atribut yang melebihi ekspektasi pelanggan, di mana kinerja instansi pajak lebih tinggi daripada harapan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun dikelola dengan sangat baik oleh perusahaan. Terdapat 3 atribut yang termasuk dalam kuadran IV.

- a) Saya merasa yakin bahwa informasi pajak saya diperlakukan dengan keamanan yang maksimal (P18)
- b) Proses penyelesaian pajak direspon dengan cepat dan efisien oleh pihak berwenang (P11)
- c) Peralatan dan teknologi yang digunakan dalam layanan pajak terlihat modern dan up-to-date (P3)

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil analisis metode servqual dan Importance Performance Analysis menunjukkan bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan Pajak Pendapatan Daerah Kabupaten Jeneponto adalah 0,9910, yang berarti masih di bawah angka 1 ($Q < 1$). Ini menunjukkan pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan dan perlu perbaikan. Atribut yang paling berdampak pada kepuasan pelanggan dari enam dimensi berada di kuadran I, yaitu: cepatnya bantuan atau jawaban dari pegawai pajak, kejelasan penjelasan aturan, keamanan informasi, kepuasan fasilitas fisik, keyakinan mendapatkan bantuan, dan kepedulian pegawai terhadap situasi individu wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Bus Trans Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(4), 769-777.
- Fajri, L., Sugiarto, S., & Anggraini, R. (2019). Penerapan metode IPA (importance performance analysis) untuk menganalisis kepentingan dan kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan bus Trans Koetaradja (Studi kasus: Koridor I Keudah-Darussalam). *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan*, 2(2), 164-173.
- Fassa, F., Sitorus, F. J. P., & Adikesuma, T. N. (2017). Analisa Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kinerja Pelayanan Shuttle Bus Di Kota Mandiri. *Prosiding Semnastek*, 1(2).
- Febriarini, A., & Astuti, E. (2019). Penerapan Algoritma C4.5 untuk Prediksi Kepuasan Penumpang Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang. *Jurnal Eksplora*, 8(2), 95-103.
- Indrajaya, D. (2018). Analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index pada UKM gallery. *IKRA-ITH Teknologi Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(3), 1-6.
- Mardikawati, W. (2013a). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64-75.
- Mardikawati, W. (2013b). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64-75.
- Nazhif, M. A. A., Al Huda, H., & Yuzal, I. (2017). Managing Passenger Movement Flow With Green Concept Area : Terminal 2 , Soekarno- Hatta International Airport. In *Global Research on Sustainable Transport (GROST 2017)*, 817-827.
- Nusran, M., & Alam, R. (2019). Management of supply chain process for meat products. *Indonesian Journal of Halal Research (IJHAR)*, 1(1), 18-25.
- Nusran, M., Pawennari, A., Afiah, I. N., Verawati, V., & Arham, M. F. (2021). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Di Makassar. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(2), 11-17.

- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis kepuasan pelanggan dengan importance performance analysis di SBU laboratory Cibitung PT Sucofindo (PERSERO). , 9(1),. *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1-10.
- Sandy, B. D. A. (2019). Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Bus Sekolah Kota Surabaya Dengan Metode Important Performance Analysis. *Jurnal Teknik Sipil Universitas Teuku Umar*, 5(2), 100-111.
- Supranto. (1997). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Offset.
- Wedy, L., Setiawan, H., & Sirajuddin. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Alfamidi Bukit Palem Cabang Kota Cilegon. *Jurnal Teknik Industri*, 4(1), 1-96.