

**PERSEPSI KARYAWAN AGEN REKLAME TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN PENGURUSAN PAJAK REKLAME
TELEPON SELULER DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Sosial Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Negara Sebagai Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Negara*



Oleh :

DINI SABRINA
TM/NIM : 2008/02100

PROGRAM STUDI

ILMU ADMINISTRASI NEGARA

JURUSAN ILMU SOSIAL POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2012

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan
Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Di Kota Padang

Nama : Dini Sabrina

TM/NIM : 2008/02100

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Jurusan : Ilmu Sosial Politik

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 31 Juli 2012

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Drs. Syakwan Lubis
NIP.19540205 19810310 04

Pembimbing II



Dra. Al Rafni, M.Si
NIP.19680212 19930320 01

PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Sosial Politik Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang

Pada hari Selasa tanggal 31 Juli 2012 pukul 10.30 s/d 11.30 WIB

Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Di Kota Padang

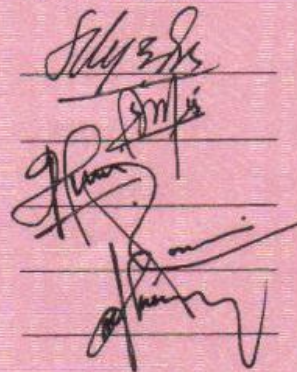
Nama : Dini Sabrina
TM/NIM : 2008/02100
Program studi : Ilmu Administrasi Negara
Jurusan : Ilmu Sosial Politik
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 31 Juli 2012

Tim Penguji:

	Nama :
Ketua	: Drs. Syakwan Lubis
Sekretaris	: Dra. Al Rafni, M.Si
Anggota	: Drs. Dasman Lanin, M.Pd, Ph.D
Anggota	: Drs. Ideal Putra, M.Si
Anggota	: Lince Magriasti, S.IP, M.Si

Tanda Tangan :

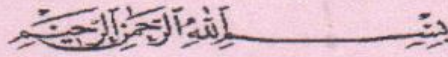


Mengesahkan:
Dekan FIS UNP



Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd
NIP. 19621001 198903 1 002

Salaman Persembahan



"Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat" (QS Al Mujadilah:11)

"Orang paling utama di antara manusia adalah mukmin yang mempunyai ilmu, dimana kalau dibutuhkan orang, dia membawa manfaat atau memberi petunjuk dan dikala sedang tidak dibutuhkan, dia memperkaya atau menambah sendiri pengetahuannya" (HR. Baihaqi)

Alhamdulillah...

Sekeping eita-eita telah kuraih,
Sepenggai asa telah kugenggam,
Sering dengan rasa syukur ku kepada Mu ya Allah,
Atas apa gang telah Engkau limpahkan,
Sungguh kurnia Mu tak terhingga,
Terima kasih ya Rabb..

Engkau berikan aku kesempatan untuk merasakan bahagia itu,
Sungguh janji Mu benar adanya,
Selalu ada hikmah gang menanti di ujung setiap perjuangan,
Dan Engkau tidak akan mengia-nyiaikan hamba Mu yang berusaha

Karya ini kupersembahkan
Teruntuk kedua orangtuaku, ayah (Nasdiar) dan mama (Yenni)
Terima kasih atas kepreayaan, harapan, penantian dan pengorbanan gang
diberikan dalam upagaku mencapai eita-eita
Sungguh tak ada yang bisa kulakukan dalam membalas pengorbanan
ayah dan mama
Semoga peneapaian awal ku ini dapat memberikan sedikit
pembasuh luka penantian selama ini

Kepada kakak (Kk Winda), adik (Tia), dan abang iparku (Bg Romi)
Tanpa bantuan dan dukungan dari kalian semua takkan ada
gang bisa kucapai
Terima kasih limpahan perhatian dan doanya

Kepada sahabat dan teman seperjuangan
Di saat ini mungkin takdir kita terbagi
Ada yang sama dan ada yang berbeda
Namun pada awalnya kita berteman, hingga akhir pun
tak kan ada yang berubah
Semoga garis tangan kita dipertemukan lagi nantinya
oleh Allah SWT
Terima kasih untuk bantuan, dukungan dan kebersamaan selama ini

Dini Sabrina, S.Pd
2008/02100

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Sabrina
NIM : 2008/02100
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 16 Oktober 1990

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul: Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang adalah benar merupakan karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini sepenuhnya merupakan tanggung jawab saya sebagai penulis.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, Agustus 2012

Saya yang menyatakan,



Dini Sabrina
02100/2008

ABSTRAK

Dini Sabrina: TM/NIM 2008/02100, Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Di Kota Padang

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengurusan pajak reklame yang dilakukan oleh agen reklame telepon seluler di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang yang masih memiliki beberapa kendala dan kekurangan dalam pelayanannya seperti waktu pengurusannya yang terlalu lama dan ketidaksesuaian antara batas waktu pemasangan reklame dan penurunan reklame. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Kota Padang dilihat dari indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati petugas dalam memberikan pelayanan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan agen reklame yang berperan sebagai penanggung jawab reklame telepon seluler. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Total Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dengan pengukuran Skala Likert dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima indikator kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Kota Padang berada pada kategori cukup baik. Masing-masing indikator tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler Kota Padang sudah memenuhi standar kualitas pelayanan yang ada, dengan beberapa kekurangan yang masih dirasakan oleh karyawan agen reklame. Dengan demikian, diharapkan melalui penelitian ini dapat membantu petugas DPKA dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan di masa mendatang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Jurusan Ilmu Sosial Politik Fakultas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Selama penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa penghargaan dan ucapan terimakasih yang setulusnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. M. Fachri Adnan, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Sosial Politik
3. Ibu Henni Muchtar,SH., M.Hum selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Sosial Politik.
4. Bapak Drs. Karjuni Dt. Maani M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Negara

5. Bapak Drs. Syakwan Lubis dan Ibu Dra. Al Rafni, Msi selaku pembimbing I dan II yang telah membimbing dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Dasman Lanin, M.Si, Ph.D dan Ibu Lince Magriasti, S.IP, M.Si selaku tim penguji yang telah memberikan kritik dan saran.
7. Karyawan agen reklame Kota Padang yang telah bersedia memberikan waktu serta data dan informasi yang dibutuhkan penulis.
8. Bapak Drs. Ideal Putera, Msi selaku Dosen Pembimbing Akademik dan selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran.
9. Bapak dan Ibu Dosen program studi Ilmu Administrasi Negara.
10. Teristimewa untuk kedua orang tuaku serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Rekan-rekan program studi Ilmu Administrasi Negara angkatan 2008 terimakasih atas kebaikan dan semangatnya khususnya nagi teman-temanku tersayang IAN R 2008.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan perhatian yang telah diberikan untuk penulis selama ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Untuk itu saran dan kritikan sangat diharapkan untuk kesempurnaan di masa yang akan datang. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah.....	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Pembatasan Masalah	6
3. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Kajian Teoritis	
1. Konsep Dasar Persepsi Karyawan.....	10
a. Pengertian Persepsi.....	10
b. Proses Persepsi dan Sifat Persepsi.....	12
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	13
d. Objek Persepsi.....	14
e. Macam-Macam Persepsi.....	15
f. Syarat Terjadinya Persepsi.....	15
2. Pajak Reklame.....	16
a. Konsep Dasar Pajak Reklame	16
b. Dasar Hukum Pajak Reklame	17
c. Objek Pajak Reklame	18
d. Bukan Objek Pajak Reklame	20

e. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame.....	20
f. Fungsi Pajak Reklame	21
3. Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame	22
a. Petugas Pengurus Pajak Reklame.....	22
b. Hakikat Pelayanan	23
1) Pengertian.....	23
2) Asas-Asas Pelayanan Publik	26
3) Prinsip Pelayanan Publik	28
4) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan	30
5) Standar Pelayanan.....	31
c. Kualitas Pelayanan	36
B. Kerangka Konseptual	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	45
B. Variabel Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel	47
D. Jenis, Sumber, Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	47
1. Jenis dan Sumber Data	47
2. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	48
E. Instrumen Penelitian.....	49
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	50
1. Validasi Instrumen Penelitian	50
2. Reliabilitas Instrumen Penelitian	57
G. Teknik Analisis Data.....	59
H. Definisi Operasional Variabel Penelitian	61

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum	64
----------------------	----

1. Gambaran Umum Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang	64
a. Visi dan Misi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset .	64
b. Struktur Organisasi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset	65
c. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset.....	66
2. Gambaran Umum Wajib Pajak Reklame DPKA Kota Padang	70
3. Karakteristik Responden.....	72
B. Temuan Khusus	77
1. Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Berdasarkan Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>).....	77
2. Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Berdasarkan Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>).....	79
3. Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Berdasarkan Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	80
4. Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Berdasarkan Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)	81
5. Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Berdasarkan Indikator Empati (<i>Emphaty</i>)	82
C. Pembahasan	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	102

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Daftar Nama dan Alamat Agen Reklame Operator Telepon Seluler di Kota Padang.....	46
Tabel 2	: Skala Ukuran Instrumen Penelitian	49
Tabel 3	: Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	50
Tabel 4	: Hasil Uji Validitas Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>).....	52
Tabel 5	: Hasil Uji Validitas Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>)	53
Tabel 6	: Hasil Uji Validitas Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	54
Tabel 7	: Hasil Uji Validitas Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>).....	55
Tabel 8	: Hasil Uji Validitas Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Empati (<i>Emphaty</i>).....	56
Tabel 9	: Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 10	: Skala Pengukuran	61
Tabel 11	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 12	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	73

Tabel 13	: Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	74
Tabel 14	: Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	74
Tabel 15	: Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	75
Tabel 16	: Karakteristik Responden Berdasarkan Kedudukan/Divisi.....	76
Tabel 17	: Distribusi Frekuensi Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>).....	78
Tabel 18	: Distribusi Frekuensi Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>)	79
Tabel 19	: Distribusi Frekuensi Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	80
Tabel 20	: Distribusi Frekuensi Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>).....	82
Tabel 21	: Distribusi Frekuensi Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang dilihat dari Indikator Empati (<i>Emphaty</i>).....	83
Tabel 22	: Distribusi Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Secara Keseluruhan	85
Tabel 23	: Analisis Data Persepsi Karyawan Agen Reklame Terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame.....	87

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	: Kerangka Konseptual	44
Bagan 2	: Struktur Organisasi	66

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	: Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler Secara Keseluruhan	87
-----------------	---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Instrumen Penelitian

LAMPIRAN 2 : Tabulasi Data Uji Instrumen

LAMPIRAN 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

LAMPIRAN 4 : Tabulasi Data Penelitian

LAMPIRAN 5 : Frekuensi Data Penelitian

LAMPIRAN 6 : Daftar Distribusi Frekuensi

LAMPIRAN 7 : Surat Izin Melakukan Penelitian

LAMPIRAN 8 : Surat Keterangan telah Selesai Melakukan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang menerapkan sistem otonomi daerah dalam menjalankan pemerintahannya. Sistem otonomi daerah ini memberikan hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pemerintah daerah sebagai aparat di daerah otonom berwenang untuk mengatur kebijakan apa yang akan digunakan untuk memajukan daerahnya, termasuk kebijakan mengenai pendapatan daerah.

Adanya otonomi daerah mengharuskan Pemerintah Daerah untuk menetapkan sendiri sumber pendapatan daerah yang potensial bagi daerahnya. Salah satu sumber pendapatan daerah yang potensial adalah dengan memungut pajak daerah di daerahnya masing-masing. Pajak daerah (Siahaan, 2005:10) ialah iuran wajib yang dilakukan oleh pemerintah daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Dalam UU No 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dijelaskan, Pajak Daerah terbagi atas pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota. Pajak provinsi terdiri atas, Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama

Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan dan Pajak Rokok. Sedangkan Pajak Kabupaten terdiri atas, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, serta Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan. Dari semua jenis pajak daerah tersebut, tidak semuanya diterapkan oleh suatu daerah, akan tetapi tergantung pada kebijakan pemerintah daerah tersebut.

Sebagai sumber pendapatan daerah, pemerintah daerah mengupayakan agar penerimaan yang diperoleh dari pajak daerah bisa optimal. Upaya yang dilakukan terkait dengan penetapan potensi masing-masing pajak sampai dengan perbaikan kualitas pelayanan pengurusan pajak. Dari berbagai jenis pajak daerah yang tercantum dalam UU No 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak reklame memegang peranan penting dalam meningkatkan penerimaan pendapatan daerah.

Pajak reklame merupakan pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Pengurusannya dilakukan oleh orang pribadi/perusahaan yang ingin membuat reklame pada Dinas Pendapatan Daerah masing-masing daerah. Sebagai salah satu pajak yang potensial pemerintah daerah harus mengupayakan untuk meningkatkan penerimaan yang diperoleh dengan cara meningkatkan jumlah wajib pajak reklame dan memaksimalkan potensi wajib pajak yang ada.

Wajib pajak reklame umumnya berasal dari perusahaan-perusahaan besar yang ingin meningkatkan penjualan produknya, salah satu perusahaan tersebut

adalah operator telepon seluler. Di era globalisasi yang menuntut hubungan telekomunikasi yang cepat, operator telepon memegang peranan yang sangat penting. Hal ini menciptakan dunia persaingan antar operator telepon semakin ketat. Mereka saling bersaing untuk menunjukkan produk yang paling berkualitas dan disenangi pelanggan. Sarana yang digunakan sebagai media persaingan tersebut biasanya berbentuk reklame, baik spanduk, *billboard*, ataupun stiker yang ditempelkan di dinding.

Sebagai pengguna reklame yang cukup banyak, operator telepon seluler menjadi wajib pajak daerah yang potensial bagi peningkatan penerimaan daerah. Berbagai upaya harus dilakukan pemerintah untuk menarik mereka agar terus menggunakan reklame. Dengan meningkatnya intensitas operator telepon seluler menggunakan reklame, penerimaan pajak daerah juga akan meningkat.

Hal utama yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah adalah memperbaiki kualitas pelayanan dalam pengurusan pajak tersebut. Tuntutan pelayanan yang efektif dan berkualitas merupakan harapan dari masyarakat. Pelayanan yang berkualitas merupakan kegiatan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip: lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah sesuai dengan harapan pelanggan.

Tjiptono (1991:60) mengungkapkan bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang/persepsi konsumen/masyarakat. Hal ini disebabkan karena masyarakatlah yang mengkonsumsi serta menikmati jasa layanan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi

masyarakat terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan.

Kualitas pelayanan yang diterima oleh masyarakat terhadap pelayanan perpajakan akan melahirkan persepsi yang berbeda-beda. Menurut Poerwadarminta (1999:262) persepsi merupakan opini, tanggapan, anggapan, terhadap suatu peristiwa atau kejadian. Persepsi masyarakat ini tergantung pada penilaian terhadap suatu objek didasarkan oleh harapan yang ada pada diri seseorang. Persepsi wajib pajak daerah akan menghasilkan sikap dan perilaku yang memberikan masukan terhadap lingkungan.

Persepsi terhadap pelayanan ini akan diketahui dari kualitas pelayanan petugas yang berwenang. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai harapan, maka masyarakat mempunyai persepsi yang baik. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka masyarakat mempunyai persepsi yang kurang baik sehingga sasaran penerimaan pajak daerah yang ingin dicapai tidak bisa optimal.

Dari hasil wawancara yang dilakukan ke salah satu staf operator telepon seluler di Kota Padang, diungkapkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Kota Padang sudah berdasarkan prosedur yang ada. Akan tetapi, ia lebih memilih untuk menggunakan jalur lain dalam pengurusan pajak reklamenya. Hal ini memberikan anggapan bahwa ada ketimpangan yang terjadi dalam pelaksanaan layanan pengurusan pajak reklame. Staf tersebut juga mengungkapkan, penurunan reklame sebelum waktu berlakunya habis juga sering terjadi.

Elvi, salah seorang pemilik perusahaan reklame di Kota Padang mengungkapkan:

“Pengurusan pajak reklame di Kota Padang itu terlalu berbelit-belit dan banyak persyaratannya. Berbeda dengan kota-kota lain seperti Aceh dan Jambi, persyaratan yang diminta tidak terlalu banyak dan pengurusannya lebih cepat”.

Salah seorang karyawan perusahaan reklame yang lain, Reni, juga mengungkapkan bahwa “Pengurusan pajak reklame di Padang itu terlalu lama. Bahkan bisa menghabiskan waktu hingga 1 bulan”.

Selain itu, pemasangan reklame di tempat-tempat umum, di taman-taman dan di wilayah pengguna jalan yang dilakukan secara ilegal semakin banyak terlihat. Hal ini jelas akan mengganggu ketertiban masyarakat dan keindahan kota. Apabila pelayanan yang diberikan oleh aparat sudah baik, tentu tidak akan banyak terjadi hal-hal tersebut.

Informasi mengenai lokasi pembuatan dan pengurusan layanan pajak reklame di Kota Padang yang tidak jelas semenjak gempa September 2009 lalu, juga menjadi suatu permasalahan yang cukup memprihatinkan dalam pelayanan pengurusan pajak reklame di Kota Padang. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, beberapa aparat pemerintah mengungkapkan tempat pembuatan pajak reklame dilakukan di Dinas Pendapatan Daerah. Di Kota Padang Dinas Pendapatan Daerah terbagi dua, yaitu Dinas Pengelolaan Keuangan Daerah dan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset.

Dari informasi yang penulis dapat tidak dijelaskan secara rinci, dinas keuangan yang mengurus layanan pajak reklame dan lokasinya. Akhirnya setelah melakukan penelitian ke beberapa instansi pemerintah barulah penulis mengetahui

dinas yang mengurus layanan pajak reklame adalah Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset yang berlokasi di gedung Balaikota Padang.

Berdasarkan uraian dan beberapa paparan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang **Persepsi Karyawan Agen Reklame terhadap Kualitas Pelayanan Pengurusan Pajak Reklame Telepon Seluler di Kota Padang.**

B. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang.

- a. Pelaksanaan pelayanan publik dalam bidang pengurusan pajak reklame terindikasi belum optimal, dilihat dari keluhan yang diungkapkan karyawan agen reklame dan banyaknya pemasangan reklame liar.
- b. Akses lokasi pengurusan pajak reklame masih tidak beraturan pasca gempa 30 September 2009 di Kota Padang
- c. Pelayanan prima aparat menentukan kepatuhan dan kesadaran masyarakat membayar pajak reklame.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi pembahasannya pada persepsi karyawan agen reklame terhadap pelaksanaan

pelayanan publik dalam bidang pengurusan pajak reklame yang terindikasi belum optimal di Kota Padang pada tahun 2010 sampai dengan sekarang.

3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimanakah persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari bukti fisik (*tangible*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang?
- b. Bagaimanakah persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari kehandalan (*reliability*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang?
- c. Bagaimanakah persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari daya tanggap (*responsiveness*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang?
- d. Bagaimanakah persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari jaminan (*assurance*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang?
- e. Bagaimanakah persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari empati petugas dalam pelayanan pada tahun 2010 sampai dengan sekarang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penulis dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari bukti fisik (*tangible*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang
2. Untuk mengetahui persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari kehandalan (*reliability*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang
3. Untuk mengetahui persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari daya tanggap (*responsiveness*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang
4. Untuk mengetahui persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari jaminan (*assurance*) layanan petugas pada tahun 2010 sampai dengan sekarang
5. Untuk mengetahui persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang dilihat dari empati petugas dalam pelayanan pada tahun 2010 sampai dengan sekarang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengembangan konsep ilmu pengetahuan tentang administrasi perpajakan dan kualitas pelayanan instansi perpajakan.

2. Secara praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar pemerintah dan masyarakat dapat memahami pentingnya pemberian kualitas pelayanan yang prima dalam melakukan suatu pelayanan dan melaksanakan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah diadakan penelitian mengenai persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang, maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi karyawan agen reklame terhadap kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame telepon seluler di Kota Padang memperoleh nilai rata-rata *Mean* sebesar 3,3 dan mencapai kategori cukup baik.

Pada aspek *Tangibles* karyawan agen reklame mempersepsikan kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame memperoleh nilai rata-rata *Mean* sebesar 3,5 dan mencapai kategori cukup baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset dilihat dari kelengkapan sarana dan prasarana dirasakan cukup baik.

Pada aspek *Reliability* karyawan agen reklame mempersepsikan kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame memperoleh nilai rata-rata *Mean* sebesar 2,8 dan mencapai kategori cukup baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang dilihat dari kecepatan dan kemudahan pelayanan yang diberikan petugas dirasakan cukup baik.

Pada aspek *Responsiveness* karyawan agen reklame mempersepsikan kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame memperoleh nilai rata-rata *Mean* sebesar 3,2

dan mencapai kategori cukup baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang dilihat dari daya tanggap petugas dalam mengatasi keluhan, pertanyaan dan permasalahan pelanggan dirasakan sudah cukup baik.

Pada aspek *Assurance* karyawan agen reklame mempersepsikan kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame memperoleh nilai rata-rata *Mean* sebesar 3,6 dan mencapai kategori cukup baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang dilihat dari jaminan keamanan dan komunikasi yang baik oleh petugas dirasakan sudah cukup memuaskan pelanggan.

Pada aspek *Emphaty* karyawan agen reklame mempersepsikan kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame memperoleh nilai rata-rata *Mean* sebesar 3,7 dan mencapai kategori baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pengurusan pajak reklame di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang dilihat dari perhatian dan kesabaran petugas dalam melayani pelanggan dirasakan sudah memuaskan masyarakat dan memenuhi kategori baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka diajukan beberapa saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi karyawan agen reklame, petugas di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang, dan peneliti selanjutnya. Saran-saran yang dimaksud antara lain :

1. Bagi pegawai atau petugas layanan diharapkan untuk dapat meningkatkan layanan pengurusan pajak reklame yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan petugas. Dengan demikian persepsi pelanggan terhadap pelayanan pengurusan pajak reklame dapat lebih meningkat menjadi lebih baik terutama pada aspek *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.
2. Karyawan agen reklame sebagai penerima pelayanan publik diharapkan dapat memahami sejauh mana kapasitas yang dimiliki oleh petugas atau karyawan dalam memberikan pelayanan.
3. Bagi peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar memperbanyak jumlah responden dan indikator yang akan digunakan serta dilakukan dengan rentang waktu yang lebih lama. Hal ini, agar hasil yang ditemukan dalam penelitian nantinya akan lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad Yani. 2002. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- B.Boediono. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Harbani Pasolong. 2011. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Haryatmoko. 2011. *Etika Publik untuk Integritas Pejabat Publik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Iqbal Hasan. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Makmuri Muchlas. 2005. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Marihot. P. Siahaan. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada.
- Masri Singarimbun. 2007. *Metodologi Penelitian Survei*. LP3ES. Pustaka Indonesia.
- Mohammad Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- M. Tohar. 2007. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Nugroho J. Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2010. *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, S.P. 2003. *Perilaku Organisasi. Jilid I*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.