

## **LAPORAN AKHIR PENELITIAN**



**Judul Penelitian:**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN YANG DIBERIKAN  
BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH  
KABUPATEN MUARO JAMBI**

Oleh:

**Deby Aisyah RJ Nur NIDN 1019128902**

**DR. Sesarria Yuvanda, SP., ME NIDN 1001077601**

**Hopipatun Hidiya NPM 1810075602020**

Dibiayai oleh:

Dipa Universitas Muhammadiyah Jambi Tahun Anggaran 2021/2022

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI TAHUN 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Yang Diberikan Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi
2. Peserta Program :
3. Tim Penelitian
  - a) Ketua Tim Peneliti
    - a. Nama : Deby Aisyah RJ Nur
    - b. NIDN : 1019128902
    - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
    - d. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
    - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
  - b) Anggota Peneliti
    - a. Nama : DR. Sesarria Yuvanda, SP., ME
    - b. NIDN : 1001077601
    - c. Jabatan Fungsional : Lektor
    - d. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
    - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
4. Lokasi Kegiatan : Provinsi Jambi
5. Lama Penelitian : 7 Bulan
6. Biaya Total Penelitian : 2.500.000,-
  - Dana Internal : 1.500.000,-
  - Dana Eksternal : 1.000.000,-

Mengetahui,  
Ka Prodi Ekonomi Pembangunan

(Ratih Rosita, SE, MSi)  
NIDN. 1011118603

Jambi, 31 Juli 2022  
Peneliti,

(Deby Aisyah RJ Nur, SE. MM)  
NIDN. 1019128902

Menyetujui,  
Ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Jambi



(Prima Audia Daniel, SE., ME.)

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kebutuhan dan keinginan masyarakat yang bervariasi dalam proses memilih dan menentukan layanan instansi pemerintah yang akan mereka gunakan menjadi faktor yang membuat organisasi perangkat daerah harus berbenah dalam memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, terlebih lagi instansi pemerintah tidak seperti perusahaan yang harus memikirkan biaya dan laba, maka memberikan pelayanan yang maksimal sudah barang tentu menjadi lebih mudah.

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi senantiasa meningkatkan kapasitas sumber daya aparatur, meningkatkan kemampuan, keterampilan dan sikap aparatur pemerintah dalam memberikan pelayanan prima serta melakukan inovasi-inovasi guna meningkatkan kualitas layanan yang pada akhirnya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat kabupaten Muaro Jambi

Untuk itu perlu upaya peningkatan pelayanan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi agar tercipta pelayanan yang berkualitas. Saat ini upaya tersebut terus dipupuk dengan cara meningkatkan profesionalisme, memperbaiki dan menyempurnakan sistem administrasi dan memperbaiki perilaku petugas. Dengan demikian sangat dibutuhkan pegawai yang benar-benar menguasai bidangnya, memiliki ketrampilan yang memadai, sikap pragmatis sebagai pegawai pelayanan dan profesional dalam tugas atau pekerjaan sehingga menimbulkan kepercayaan dari pelanggan yang dalam hal ini dinamakan Wajib Pajak dan rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang paparan diatas maka penulis tertarik meneliti Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Yang diberikan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Bagaimanakah tingkat Kepuasan Wajib Pajak terhadap Layanan Yang diberikan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk menganalisis tingkat Kepuasan Wajib Pajak terhadap Layanan Yang diberikan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis : Menumbuh kembangkan ilmu keuangan daerah.
2. Manfaak Praktisi : Masukan bagi Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi untuk merumuskan kebijakan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah akibat pandemic Covid-19.

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1.1. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan tingkat kinerja atau hasil yang diterima dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan Aryani. D, dan F. Rosinta. (2010). Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Tentang jaminan pelayanan yang dapat memberikan manfaat dalam hal sebagai berikut :

- a. Fokus pada pelanggan. Perusahaan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memulihkannya ketika terjadi penyimpangan, untuk itu selalu ada survei untuk mengetahui bagaimana kebutuhan yang telah diidentifikasi dapat terus-menerus sampai ke pelanggan.
- b. Menyusun standar yang jelas. Kebutuhan yang spesifik membuat standar yang jelas dan tanggungjawab dari penyedia.
- c. Menjamin umpan balik. Pelanggan yang tidak puas akan merasa ada insentif untuk menyampaikannya kepada perusahaan karena perusahaan peduli dengan mereka.
- d. Membangun loyalitas pelanggan. Jaminan akan mengurangi risiko, membuat harapan secara eksplisit, dan membangun pangsa pasar dengan menahan pelanggan yang tidak puas yang akan meninggalkan perusahaan.

### **1.2. Penelitian Terdahulu**

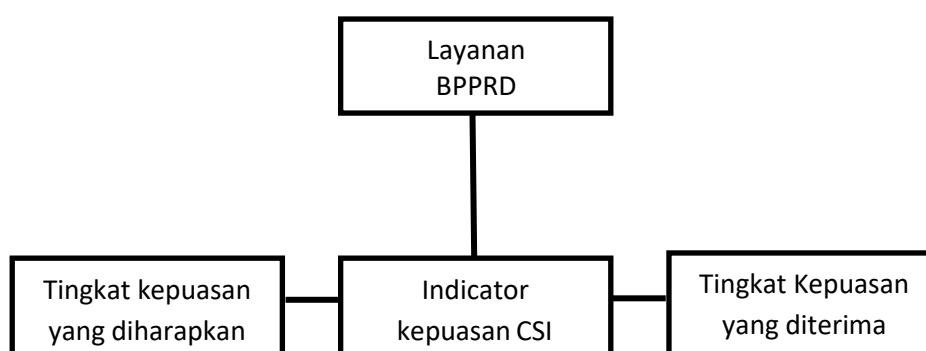
Beberapa hasil penelitian terdahulu yang bisa menjadi rujukan dan memperkaya pengetahuan dalam penelitian ini diantaranya adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Zain, AM (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Bukti Fisik Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Di Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Upt. Samsat Lubuk Pakam. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa bukti fisik ( $X_1$ ) dan daya tanggap ( $X_2$ ) mampu memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan wajib pajak sebesar 99,0%.

Selanjutnya Amri, AR dkk (2020), dengan judul penelitian Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan CSI dinyatakan tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 74.19 % (puas), sedangkan atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dan dalam menentukan kepuasan pelanggan.

### 1.3. Karangka Pikir

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah merupakan kantor yang melayani masyarakat dalam melaksanakan kewajibannya yaitu pembayaran pajak dan retribusi daerah. Untuk meningkatkan kinerja layanan dibutuhkan analisis yang tepat dan terukur agar kebijakan yang dilakukan bisa bernilai guna dan bermanfaat khususnya terdapat peningkatan daerah. Salah satu alat ukur tersebut adalah menilai kepuasan Wajib Pajak terhadap layanan yang diberikan kepada Wajib Pajak dengan menggunakan metode *Customer satisfaction index (CSI)*. Dari perhitungan CSI ini nanti akan tergambar kepuasan Wajib Pajak dengan membandingkan tingkat kepuasan yang diharapkan dengan tingkat kepuasan yang diterima.

Gambar 3.1. Skema Kerangka Pikir



## BAB III. METODE DAN TEKNIK PENELITIAN

### 3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari tanggapan kuesioner yang diberikan kepada Wajib Pajak sebagai responden. Metode pengumpulan data yaitu

metode survey dan alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner/angket. Metode kuesioner berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistimatis dalam sebuah daftar pertanyaan kemudian dikirim/diberikan kepada responden untuk diisi (Bungin, 2013). Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat terbuka dimana responden diberikan kebebasan untuk mengisi atau menjawab pertanyaan sesuai dengan kondisi/pengalaman riil yang dialami responden.

### 3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Sedangkan sumber data adalah Pelanggan yang dalam hal ini dinamakan Wajib Pajak. Yang mendapatkan layanan pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi

### 3.3. Model Analisis Data

Model yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini adalah CSI (*Customer satisfaction index*). *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan dari atribut-atribut jasa pelayanan Deviani dan Risiko (2016).

$$\text{Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)} \\ \text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^p \text{WSI}}{HS} \times 100\%$$

$$\sum_{i=1}^p \text{WSI} = \text{total rata-rata kepentingan dari } i \text{ ke } p$$

$HS$  = skala maksimum yang digunakan

### 3.4. Instrumen Penelitian

Menurut Kotler dalam Tjiptono, F (2016) terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan. Kelima faktor tersebut akan dijadikan instrument dalam penelitian ini yaitu :

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada Wajib Pajak.
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu Wajib Pajak dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.

4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten.
5. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Ukuran tingkat kepuasan Wajib Pajak dinyatakan dalam skala 1 (satu) sampai dengan 5 (lima) yang berarti :

**Tabel Kriteria Kepuasan Wajib Pajak**

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
0 – 20	Sangat tidak puas
21 – 40	Tidak puas
41 – 60	Cukup puas
61 – 80	Puas
81 – 100	Sangat puas



## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### A. Deskripsi Responden

#### 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Presentase
Pria	52	52%
Wanita	48	48%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden didominasi oleh responden Pria, yaitu sebanyak 52 responden atau setara dengan 52%. Sedangkan jumlah responden berjenis kelamin wanita sebanyak 48 responden atau setara dengan 48%.

#### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

Usia		
Keterangan	Jumlah	Presentase
< 21 Tahun	9	9%
21 - 30 Tahun	22	22%
31 - 40 Tahun	37	37%
> 40 Tahun	32	32%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang ada, terdapat sekitar 9% responden yang berusia kurang dari 21 tahun, sedangkan untuk range usia diantara 21 sampai 30 tahun terdapat responden sebesar 22% atau sekitar 22 responden. Sedangkan pada range usia 31 sampai 40 tahun terdapat 37 responden atau setara dengan 37%. Sedangkan untuk range usia diatas 40 tahun terdapat 32 responden atau setara dengan 32%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 4.3**  
**Usia Responden**

Pendidikan		
Keterangan	Jumlah	Presentase
SD	3	3%
SMP	5	5%
SMA	27	27%
DIPLOMA	30	30%
SARJANA	35	35%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 menyatakan bahwa dari 100 responden di dominasi oleh responden yang pendidikannya Sarjana. Yang berjumlah 35 orang (35%), dan responden yang pendidikannya Diploma berjumlah 30 orang (30%). Sedangkan responden dengan pendidikan SMA sebanyak 27 orang (27%). Sedangkan untuk responden dengan latar belakang Pendidikan SMP dan SD masing masing 5 % dan 3%.

## B. UJI KAUSALITAS DATA

### 1. Uji Validitas

Uji validitas angket dilakukan dengan menggunakan Bevariate Pearson (korelasi produk momen pearson) yaitu digunakan untuk mengukur data interval/rasiokorelasi. Dengan hasil perhitungan bila jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (sig 0,05), maka dikatakan valid. Sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (sig 0,05) atau  $r_{hitung}$  negatif, maka dikatakan tidak valid.

Penelitian ini menggunakan 100 orang responden, maka  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,197. Berikut adalah hasil uji validitas dari dimensi tangible, empathy, realibility, assurance, dan responsiveness pada tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

## a) Tingkat Kepentingan

### 1. Tangible

**Tabel 4.4**

**Hasil R Hitung Kepentingan Tangible**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
A.1	0,197	0,548	VALID
A.2	0,197	0,699	VALID
A.3	0,197	0,721	VALID
A.4	0,197	0,662	VALID
A.5	0,197	0,621	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dimensi *Tangible* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

### 2. Reability

**Tabel 4.5**

**Hasil R Hitung Kepentingan Reliability**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
B.1	0,197	0,506	VALID
B.2	0,197	0,653	VALID
B.3	0,197	0,691	VALID
B.4	0,197	0,664	VALID
B.5	0,197	0,608	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dimensi *Reliability* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

### 3. Responsiveness

**Tabel 4.6**  
**Hasil R Hitung Kepentingan Responsiveness**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
C.1	0,197	0,588	VALID
C.2	0,197	0,633	VALID
C.3	0,197	0,602	VALID
C.4	0,197	0,692	VALID
C.5	0,197	0,597	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dimensi *Responsiveness* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

### 4. Assurance

**Tabel 4.7**  
**Hasil R Hitung Kepentingan Assurance**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
D.1	0,197	0,652	VALID
D.2	0,197	0,585	VALID
D.3	0,197	0,655	VALID
D.4	0,197	0,607	VALID
D.5	0,197	0,612	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dimensi *Assurance* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

5. Emphaty

**Tabel 4.8**  
**Hasil R Hitung Kepentingan Emphaty**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
E.1	0,197	0,617	VALID
E.2	0,197	0,566	VALID
E.3	0,197	0,722	VALID
E.4	0,197	0,587	VALID
E.5	0,197	0,628	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa dimensi *Emphaty* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

**b) Tingkat Kinerja**

1. Tangible

**Tabel 4.9**  
**Hasil R Hitung Kinerja Tangible**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
A.1	0,197	0,632	VALID
A.2	0,197	0,665	VALID
A.3	0,197	0,720	VALID
A.4	0,197	0,655	VALID
A.5	0,197	0,635	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dimensi *Tangible* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

## 2. Reliability

**Tabel 4.10**

**Hasil R Hitung Kinerja Reliability**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
B.1	0,197	0,564	VALID
B.2	0,197	0,678	VALID
B.3	0,197	0,672	VALID
B.4	0,197	0,636	VALID
B.5	0,197	0,604	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dimensi *Reliability* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

## 3. Responsiveness

**Tabel 4.11**

**Hasil R Hitung Kinerja Responsiveness**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
C.1	0,197	0,518	VALID
C.2	0,197	0,665	VALID
C.3	0,197	0,569	VALID
C.4	0,197	0,713	VALID
C.5	0,197	0,646	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa dimensi *Responsiveness* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

#### 4. Assurance

**Tabel 4.12**  
**Hasil R Hitung Kinerja Assurance**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
D.1	0,197	0,625	VALID
D.2	0,197	0,571	VALID
D.3	0,197	0,647	VALID
D.4	0,197	0,603	VALID
D.5	0,197	0,67	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa dimensi *Assurance* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

#### 5. Emphaty

**Tabel 4.13**  
**Hasil R Hitung Kinerja Emphaty**

Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
E.1	0,197	0,559	VALID
E.2	0,197	0,671	VALID
E.3	0,197	0,546	VALID
E.4	0,197	0,677	VALID
E.5	0,197	0,644	VALID
Sumber: data diolah dengan SPSS 17.0			

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa dimensi *Emphaty* memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria R hitung lebih besar dari 0,197.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur konsistensi hasil ukur, yang di dalamnya bermakna bahwa data tersebut dapat dipercaya untuk diteruskan dengan penelitian sejenis. Dengan menggunakan metode Alpha Cronbach, dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten. Sementara, jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari dimensi tangible, empathy, realibility, assurance, dan responsiveness pada tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

**a) Tingkat Kepentingan**

1. Tangible

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Tangible**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.658	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.14 menunjukkan nilai Crobach's Alpha dimensi *Tangible* sebesar 0,658. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Crobach's Alpha lebih besar dari 0,60.

2. Reliability

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Reliability**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.611	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.15 menunjukkan nilai Crobach's Alpha dimensi *Reliability* sebesar 0,611. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Crobach's Alpha lebih besar dari 0,60.



### 3. Responsiveness

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Responsiveness**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.605	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.16 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Responsiveness* sebesar 0,605. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

### 4. Assurance

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Assurance**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.604	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.16 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Assurance* sebesar 0,604. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

### 5. Emphaty

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Emphaty**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.605	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.16 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Emphaty* sebesar 0,605. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

## b) Tingkat Kinerja

### 1. Tangible

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Tangible**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.669	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.19 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Tangible* sebesar 0,669. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

### 2. Reliability

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Reliability**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.620	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.20 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Reliability* sebesar 0,620. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

### 3. Responsiveness

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Responsiveness**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.609	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.21 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Responsiveness* sebesar 0,609. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

#### 4. Assurance

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Assurance**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.607	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.22 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Assurance* sebesar 0,607. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

#### 5. Emphaty

**Tabel 4.23**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Emphaty**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.602	5

Sumber : Data primer diolah SPSS 22

Tabel 4.23 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dimensi *Emphaty* sebesar 0,602. Maka pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

### **C. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Pada Atribut Pelayanan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi**

Setiap Wajib Pajak yang datang ke Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi memiliki harapan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dalam setiap urusan yang mereka lakukan disana. Harapan tersebut dapat dilihat dari seberapa penting atribut pelayanan bagi mereka. Tingkat kepentingan merupakan tingkat harapan Wajib Pajak pada kualitas pelayanan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi. Tingkat kinerja merupakan kenyataan/kepuasan yang

diterima oleh Wajib Pajak berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi. Tingkat kepentingan dan kualitas pelayanan terhadap 25 atribut pelayanan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi dapat dilihat pada Tabel 4.24 dan tabel 4.25 dibawah ini:

**Tabel 4.24**  
**Tingkat Kepentingan Wajib Pajak**

PERNYATAAN		KEPENTINGAN					JUMLAH		RATA-RATA
ATRIBUT		1	2	3	4	5			
NO	A. BUKTI FISIK (TANGIBLES)								
1	Tempat parkir yang luas	0	0	6	54	40	100	orang	4,34
2	Ruang tunggu yang nyaman	0	0	6	55	39	100	orang	4,33
3	Tersedia petunjuk informasi	0	0	8	57	35	100	orang	4,27
4	Toilet yang bersih	0	0	10	48	42	100	orang	4,32
5	Mushola yang layak	0	0	3	47	50	100	orang	4,47
	B. KEANDALAN (RELIABILITY)								
1	Pelayanan sesuai dengan SOP	0	0	1	57	42	100	orang	4,41
2	Pelayanan selesai tepat waktu	0	0	2	55	43	100	orang	4,41
3	Konsisten dalam memberikan pelayanan	0	0	3	58	39	100	orang	4,36
4	Petugas tidak melakukan kesalahan dalam proses pelayanan	0	0	5	49	46	100	orang	4,41
5	Petugas mempunyai kapabilitas sesuai bidangnya	0	0	3	46	51	100	orang	4,48
	C. DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)								
1	Petugas siap dalam menjawab pertanyaan Wajib Pajak	0	0	0	54	46	100	orang	4,46
2	Petugas siap mendengarkan keluhan Wajib Pajak	0	0	2	55	43	100	orang	4,41
3	Petugas sigap dalam menyelesaikan masalah yang dikeluhkan Wajib Pajak	0	0	2	59	39	100	orang	4,37
4	Petugas tidak meninggalkan ruang pelayanan	0	0	6	49	45	100	orang	4,39
5	Petugas inisiatif dalam melayani Wajib Pajak	0	0	4	48	48	100	orang	4,44
	D. JAMINAN (ASSURANCE)								
1	Perkataan petugas dapat dipercaya	0	0	2	57	41	100	orang	4,39
2	Berkas yang diberikan disimpan dengan baik	0	0	1	51	48	100	orang	4,47
3	Kerahasiaan data Wajib Pajak terjamin	0	0	3	56	41	100	orang	4,38
4	Data yang dimiliki oleh petugas sesuai dengan berkas	0	0	3	55	42	100	orang	4,39
5	Berkas dilayani sesuai dengan urutan	0	0	3	48	49	100	orang	4,46
	E. EMPATI (EMPHATY)								
1	Petugas menerapkan 3S (Senyum, Salam dan Sapa)	0	0	3	55	42	100	orang	4,39
2	Memberikan pelayanan dengan tulus ikhlas	0	0	1	42	57	100	orang	4,56
3	Bekerja tanpa meminta/menerima imbalan	0	0	3	55	42	100	orang	4,39
4	Memberikan saran atas keluhan	0	0	7	42	51	100	orang	4,44
5	Petugas tidak diskriminasi dalam melayani	0	0	3	50	47	100	orang	4,44

### 1. Kepentingan Tangible

*Tangible* merupakan dimensi pelayanan yang dapat berbentuk fisik atau bukti nyata yang sangat penting dalam pelayanan langsung kepada Wajib Pajak. *Tangible* merupakan hal pertama yang dapat dilihat dan dirasakan oleh Wajib Pajak. Seperti gedung, ruangan, parkir, fasilitas, dan ornamen pendukung lainnya.

Pada dimensi *tangible* ini atribut Musholla mendapatkan nilai rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 4,47, menandakan betapa pentingnya tersedia tempat ibadah bagi Wajib Pajak. Sedangkan atribut yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu “Tersedianya petunjuk informasi”. Hal ini dikarenakan untuk kebutuhan informasi, Wajib Pajak dapat memperoleh langsung dari petugas di tempat layanan.

### 2. Kepentingan Reliability

Reliability atau keandalan adalah sikap konsisten, akurat dan dapat diandalkan. Dimensi ini mencakup segala aspek baik dari karyawan maupun sistem yang ada pada suatu instansi. Semakin akurat dan dapat diandalkan suatu Instansi maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan wajib pajak pada instansi tersebut dan juga semakin tinggi pula nama baik yang dimiliki instansi tersebut di hadapan masyarakat.

Pada dimensi reliability ini atribut “Petugas mempunyai kapabilitas sesuai dengan bidangnya” mendapat nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu 4.48. Sedangkan “Konsisten dalam melakukan pelayanan” mendapatkan rata-rata yang paling rendah yaitu 4.36.

### 3. Kepentingan Responsiveness

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kesediaan untuk membuat respon cepat memberikan pelayanan. Secara keseluruhan berkaitan dengan sikap dan perilaku pegawai suatu instansi. Seorang wajib pajak yang akan melakukan transaksi di suatu instansi, dia pasti lebih memilih petugas yang lebih tanggap dan memiliki karakter yang baik dan sopan dalam melayani wajib pajak, karena sikap tersebut sangat berkaitan erat dengan pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak.

Pada dimensi responsiveness ini atribut “ Petugas siap menjawab pertanyaan wajib pajak” mendapatkan nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu 4.46. Sedangkan atribut yang mendapatkan nilai rata-rata yang paling rendah adalah “Petugas sigap dalam menyelesaikan masalah yang dikeluhkan wajib pajak” yaitu dengan rata-rata 4.37. hal ini dikarenakan ada kendala kendala yang belum bisa di selesaikan dengan cepat oleh petugas terkait

#### 4. Kepentingan Assurance

Terdapat empat aspek dalam dimensi ini, yaitu kompetensi, kredibel, kesopanan dan keamanan. Pada dasarnya wajib pajak sangat ingin kerahasiaan data mereka terjaga. Dan jika instansi memiliki keempat aspek tersebut maka akan banyak mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Namun sebaliknya jika suatu instansi idak memiliki dimensi ini maka kepercayaan masyarakat akan hilang. Dan sangat susah untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat yang telah hilang.

Pada dimensi Assuranse ini atribut “ Berkas yang diberikan di simpan dengan baik” mendapatkan nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu 4.47. Sedangkan atribut “Kerahasiaan wajib pajak terjamin” mendapatkan nilai rata-rata yang rendah dengan rata-rata 4,38.

#### 5. Kepentingan Emphaty

Empathy jika dijabarkan terdapat tiga aspek yaitu akses, komunikasi, dan pemahaman pelanggan. Dimensi ini lebih mengedepankan kenyamanan dalam setiap aspek yang ditawarkan kepada wajib pajak. seperti interior yang nyaman, lokasi yang strategis, hingga petugas yang selalu mendengarkan keluhan dari para nasabah. Setiap nasabah yang merasakan kenyamanan pada saat bertransaksi dan petugas selalu menerapkan standar dengan senyum salam sapa.

Pada dimensi ini atribut “memberikan pelayanan dengan tulus ikhlas” mendapatkan nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu 4.56. sedangkan atribut “Bekerja tanpa meminta imbalan” dan atribut “ Menerapkan senyum salam sapa” mendapatkan nilai rata-rata yang sama yaitu 4.3

**Tabel 4.25**  
**Tingkat Kepuasan Wajib Pajak**

PERNYATAAN		KEPENTINGAN					JUMLAH		RATA-RATA
ATRIBUT		1	2	3	4	5			
NO	A. BUKTI FISIK (TANGIBLES)								
1	Tempat parkir yang luas	0	0	2	58	40	100	orang	4,38
2	Ruang tunggu yang nyaman	0	0	4	53	43	100	orang	4,39
3	Tersedia petunjuk informasi	0	0	4	62	34	100	orang	4,30
4	Toilet yang bersih	0	2	12	50	36	100	orang	4,20
5	Mushola yang layak	0	0	3	49	48	100	orang	4,45
	B. KEANDALAN (RELIABILITY)								
1	Pelayanan sesuai dengan SOP	0	0	0	58	42	100	orang	4,42
2	Pelayanan selesai tepat waktu	0	0	3	55	42	100	orang	4,39
3	Konsisten dalam memberikan pelayanan	0	0	3	60	37	100	orang	4,34
4	Petugas tidak melakukan kesalahan dalam proses pelayanan	0	1	5	50	44	100	orang	4,37
5	Petugas mempunyai kapabilitas sesuai bidangnya	0	0	3	47	50	100	orang	4,47
	C. DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)								
1	Petugas siap dalam menjawab pertanyaan Wajib Pajak	0	0	1	56	43	100	orang	4,42
2	Petugas siap mendengarkan keluhan Wajib Pajak	0	0	3	57	40	100	orang	4,37
3	Petugas sigap dalam menyelesaikan masalah yang dikeluhkan Wajib Pajak	0	0	3	64	33	100	orang	4,30
4	Petugas tidak meninggalkan ruang pelayanan	0	0	5	51	44	100	orang	4,39
5	Petugas inisiatif dalam melayani Wajib Pajak	0	0	6	52	42	100	orang	4,36
	D. JAMINAN (ASSURANCE)								
1	Perkataan petugas dapat dipercaya	0	0	2	60	38	100	orang	4,36
2	Berkas yang diberikan disimpan dengan baik	0	0	2	57	41	100	orang	4,39
3	Kerahasiaan data Wajib Pajak terjamin	0	0	4	67	29	100	orang	4,25
4	Data yang dimiliki oleh petugas sesuai dengan berkas	0	0	3	60	37	100	orang	4,34
5	Berkas dilayani sesuai dengan urutan	0	0	5	55	40	100	orang	4,35
	E. EMPATI (EMPHATY)								
1	Petugas menerapkan 3S (Senyum, Salam dan Sapa)	0	0	4	60	36	100	orang	4,32
2	Memberikan pelayanan dengan tulus ikhlas	0	0	5	60	35	100	orang	4,30
3	Bekerja tanpa meminta/menerima imbalan	0	0	5	76	19	100	orang	4,14
4	Memberikan saran atas keluhan	0	0	8	56	36	100	orang	4,28
5	Petugas tidak diskriminasi dalam melayani	0	0	5	62	33	100	orang	4,28



#### 1. Kinerja Tangible

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa atribut yang kinerjanya paling baik adalah musholla yang layak dengan nilai rata-rata sebesar 4,45. Sedangkan atribut yang kinerjanya paling rendah dengan nilai 4,20 adalah toilet yang bersih.

#### 2. Kinerja Reliability

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa atribut yang kinerjanya paling baik adalah petugas memiliki kapabilitas sesuai dengan bidangnya dengan nilai rata-rata 4.47. Sedangkan atribut yang kinerjanya paling rendah dengan nilai 4.34 adalah konsisten dalam memberikan pelayanan.

#### 3. Kinerja Responsiveness

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa atribut yang kinerjanya paling baik adalah petugas sigap dalam menjawab pertanyaan wajib pajak dengan nilai rata-rata 4.42. Sedangkan atribut yang kinerjanya paling rendah dengan nilai 4.30 adalah petugas sigap dalam menyelesaikan masalah yang dikeluhkan oleh wajib pajak.

#### 4. Kinerja Assurance

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa atribut yang kinerjanya paling baik adalah berkas yang diberikan disimpan dengan baik. dengan nilai rata-rata 4.39. Sedangkan atribut yang kinerjanya paling rendah dengan nilai 4.25 adalah kerahasiaan data wajib pajak terjamin.

#### 5. Kinerja Emphaty

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa atribut yang kinerjanya paling baik adalah petugas menerapkan senyum salam sapa dengan nilai rata-rata 4.32. Sedangkan atribut yang kinerjanya paling rendah dengan nilai 4.14 adalah bekerja tanpa meminta/menerima imbalan.

### **D. Hasil Skor Costumer Satisfaction Index (CSI)**

Analisis tingkat kepuasan Wajib Pajak dilakukan dengan menghitung nilai Customer Satisfaction Index (CSI). Nilai CSI diperoleh dengan jumlah perkalian rata-

rata nilai kepentingan dengan rata-rata nilai kinerja dengan skala maksimum lima, kemudian dibagi dengan 5 kali jumlah rata-rata nilai kepentingan, lalu dikalikan 100 persen. Hasil dari perhitungan diperoleh nilai CSI adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.26**  
**Tingkat Kepuasan Wajib Pajak**

KODE	RATA-RATA NILAI KEPENTINGAN	RATA-RATA NILAI KINERJA	I x P = S	CSI SCORE	TINGKAT KEPUASAN
	I	P	S	$\Sigma S / (5 \times \Sigma I) \times 100\%$	
A.1	4,34	4,38	19,01	86,90%	SANGAT PUAS
A.2	4,33	4,39	19,01		
A.3	4,27	4,30	18,36		
A.4	4,32	4,20	18,14		
A.5	4,47	4,45	19,89		
<b>JUMLAH</b>	<b>21,73</b>	<b>21,72</b>	<b>94,41</b>		
B.1	4,41	4,42	19,49	87,97%	SANGAT PUAS
B.2	4,41	4,39	19,36		
B.3	4,36	4,34	18,92		
B.4	4,41	4,37	19,27		
B.5	4,48	4,47	20,03		
<b>JUMLAH</b>	<b>22,07</b>	<b>21,99</b>	<b>97,07</b>		
C.1	4,46	4,42	19,71	87,36%	SANGAT PUAS
C.2	4,41	4,37	19,27		
C.3	4,37	4,30	18,79		
C.4	4,39	4,39	19,27		
C.5	4,44	4,36	19,36		
<b>JUMLAH</b>	<b>22,07</b>	<b>21,84</b>	<b>96,41</b>		
D.1	4,39	4,36	19,14	86,77%	SANGAT PUAS
D.2	4,47	4,39	19,62		
D.3	4,38	4,25	18,62		
D.4	4,39	4,34	19,05		
D.5	4,46	4,35	19,40		
<b>JUMLAH</b>	<b>22,09</b>	<b>21,69</b>	<b>95,83</b>		
E.1	4,39	4,32	18,96	85,29%	SANGAT PUAS
E.2	4,56	4,30	19,61		
E.3	4,39	4,14	18,17		
E.4	4,44	4,28	19,00		
E.5	4,44	4,28	19,00		
<b>JUMLAH</b>	<b>22,22</b>	<b>21,32</b>	<b>94,75</b>		
<b>RATA-RATA</b>	<b>4,41</b>	<b>4,34</b>		<b>86,86%</b>	

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan hasil antara kinerja yang dirasakan dengan kepentingan yaitu sebesar 0,06 dari skala 1-5. Bahwa tingkat kinerja lebih rendah sebesar 0,06 dari pada tingkat kepentingan yang diharapkan. Kemudian untuk nilai Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebesar 86%, artinya tingkat kinerja Badan Pengelola

Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi yang dirasakan Wajib Pajak secara keseluruhan sudah berada pada angka diatas 80% yang artinya termasuk dalam kriteria “Sangat Puas”. Namun masih terdapat sisanya sebesar 14% yang masih merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan.

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka didapat kesimpulan bahwa tingkat kinerja Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi telah termasuk dalam kategori “Sangat Puas”. walaupun tetap terdapat sekitar 14% dari wajib pajak yang tetap merasa kurang puas terhadap pelayanan dari Instansi ini. Namun dirasa tidak terlalu berdampak kepada kinerja secara keseluruhan.

### **B. Saran**

#### **a. Bagi Akademisi**

Untuk para akademisi dan peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat terus mengembangkan penelitian ini, menemukan kekurangan dari penelitian ini dan melanjutkan penelitian ini.

#### **b. Bagi Praktisi**

Untuk Instansi Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kabupaten Muaro Jambi untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya, dan dapat merumuskan kebijakan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah akibat pandemic Covid-19

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. (2015). *Kepuasan Pelanggan dan Pengukuran Menggunakan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Amri, AR dkk (2020), Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. *Jurnal Sistim Cerdas*
- Aryani. D, dan F. Rosinta. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 17, Nomor 2.
- Bungin,(2013).
- Deviani. V, dan R. A. Rizko. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Potential Gain in Customer Value. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 2, No.2. Riau.
- Tjiptono, F.(2014). Pemasaran Jasa. Bayumedia. Malang
- Zain, AM. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bukti Fisik Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Di BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH Upt. Samsat Lubuk Pakam. *Jurnal Implemetasi Ekonomi dan Bisnis*. Vol 7 No. 2