

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagaimana yang kita ketahui bahwasanya pajak merupakan iuran wajib rakyat kepada negara, yang akan dipergunakan untuk membiayai kegiatan pemerintah. Sejak Tahun 1999 pembagian pajak menurut wewenang pemungutan pajak dipisahkan menjadi pajak pusat dan pajak daerah. Pajak pusat yang dipungut oleh pemerintah pusat terdiri dari pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai. Untuk pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah itu sendiri seperti 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.

Dasar dilakukannya pemungutan pajak oleh pemerintah daerah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah yang mengatakan bahwa pemerintah dan masyarakat di daerah dipersilakan mengurus rumah tangganya sendiri secara bertanggung jawab, pemerintah pusat tidak lagi mendominasi mereka. Peran pemerintah pusat dalam konteks desentralisasi adalah melakukan supervisi, memantau, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan otonomi daerah. Dengan adanya otonomi daerah maka pemerintah daerah diberikan wewenang untuk mengatur dan mengurus rumah tangga daerahnya. Langkah-langkah yang diperlukan

adalah dengan cara menggali segala kemungkinan sumber keuangannya sendiri sesuai dengan dan dalam batas-batas peraturan atau perundang-undangan yang berlaku.

Pajak reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) salah satunya bersumber dari pajak.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Ketapang Nomor 15 tahun 2011 tentang Pajak Reklame, yang dimaksud dengan jenis reklame yaitu :

1. Reklame *billboard* adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari seng, *tine plate*, *collibrite*, *vynil*, *alumunium*, *fiber glass*, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.
2. Reklame megatron adalah papan iklan yang ditempatkan di luar (ruang terbuka) yang terbuat dari papan/besi/seng/bahan lain yang dipasang dengan tiang atau ditempel/melekat pada bangunan dan ditambah peralatan mekanik elektronik sehingga menampilkan gambar atau pesan yang bervariasi.
3. Reklame kain dan sejenisnya adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu *event* atau kegiatan yang

bersifat insidentil dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, *plag chain* (rangkaiian bendera), tenda, *krey*, *vertical banner* dan *standing banner*.

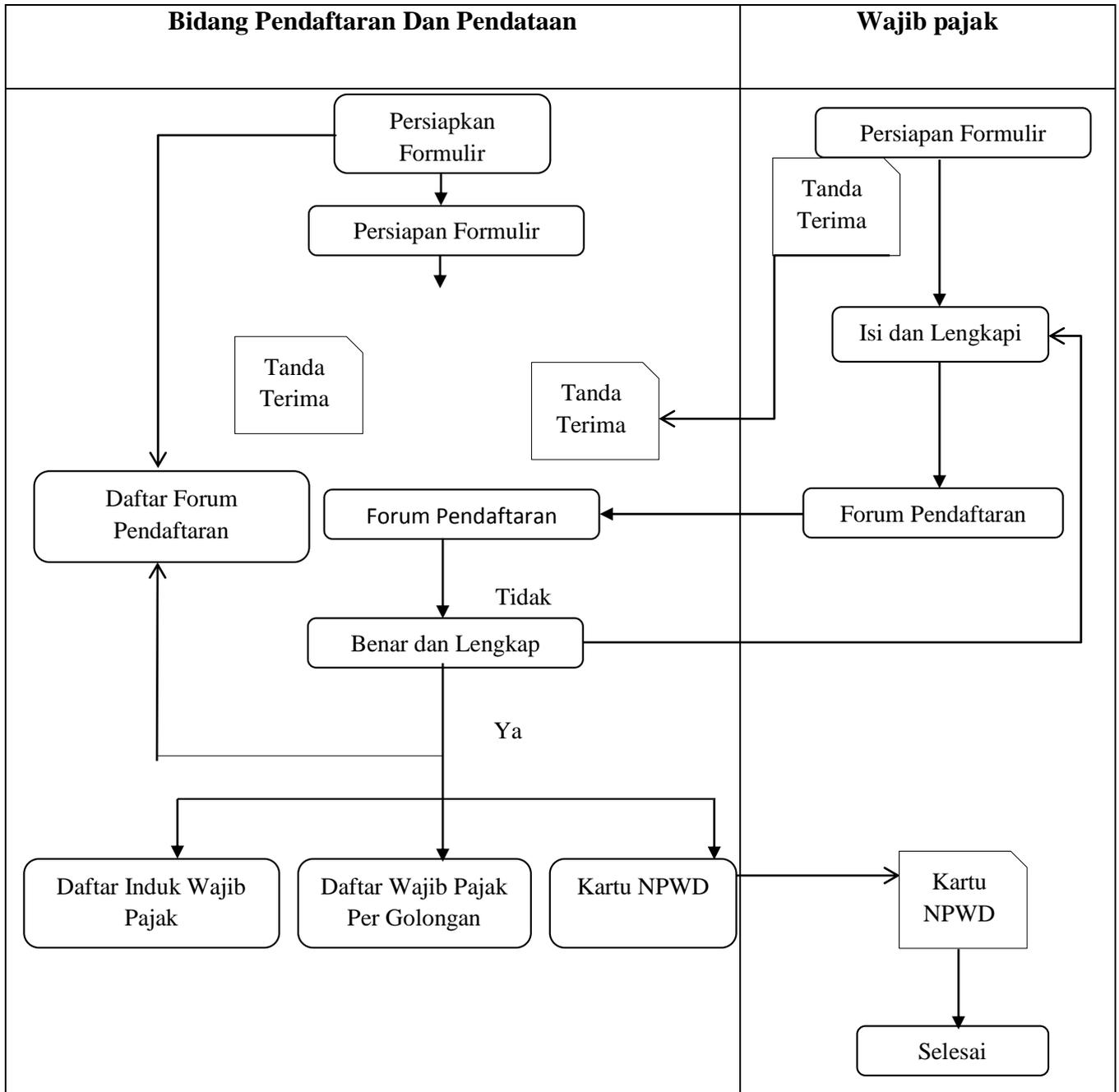
4. Reklame *neonbox* adalah papan reklame iklan yang ditempatkan di ruang luar (ruang terbuka) atau di dalam ruangan yang terbuat dari *box* yang bersinar.
5. Reklame selebaran dan sejenisnya adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk didalamnya adalah brosur, *leaflet*, dan reklame dalam undangan.
6. Reklame berjalan adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan roda dua, tiga dan empat, atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik. Termasuk di dalamnya reklame gerobak/rombong kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
7. Reklame apung adalah reklame yang terpasang pada media yang terapung di permukaan air, termasuk yang menempel dan/atau dipasang pada kendaraan diatas air.
8. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.

9. Reklame suara adalah reklame dengan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan oleh perantaraan alat.
10. Reklame film/*slide* adalah reklame yang menggunakan klise berupa kaca film atau bahan-bahan lain yang diproyeksikan pada layar putih atau benda lain.
11. Reklame peragaan adalah jenis reklame yang dalam bentuk peragaan atau demonstrasi dari suatu hasil produksi barang yang diadakan khusus untuk tujuan promosi.
12. Reklame *tine plate* adalah papan iklan yang ditempatkan di ruang luar (ruang terbuka) yang terbuat dari plat/seng atau bahan yang dipersamakan dipasang dengan tiang ataupun menempel dalam bentuk yang sederhana.
13. Reklame baliho adalah papan iklan yang ditempatkan di ruang luar (ruang terbuka) yang terbuat dari papan atau triplek atau bahan yang dipersamakan.
14. Reklame *shopsign* adalah papan reklame yang terbuat dari kayu/besi/seng atau bahan lain yang dipersamakan yang menempel/melekat pada bidang bangunan atau menggunakan tiang dengan tidak melebihi 2 (dua) meter persegi ukuran luasnya dan memiliki elevasi rendah.
15. Reklame melekat adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, ditempelkan, dilekatkan atau dipasang pada benda lain.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Ketapang Nomor 15 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame adalah :

1. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
2. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
3. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
4. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah.

Gambar 1.1
Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang
Standar Operasional Prosedur Pengelolaan Dan Pelayanan Pajak Reklame



Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang, 2017

Pelaksanaan prosedur kegiatan ini dilakukan selama 1 hari meliputi :

1. Bidang pendaftaran dan pendataan menyiapkan formulir pendataan Surat Pemberitahuan Tanda Pajak Daerah (SPTPD).
2. Menyampaikan formulir pendataan Surat Pemberitahuan Tanda Pajak Daerah (SPTPD) setelah dicatat dalam daftar Surat Pemberitahuan Tanda Pajak Daerah (SPTPD) dan dibuatkan tanda terimanya.
3. Setelah formulir pendataan Surat Pemberitahuan Tanda Pajak Daerah (SPTPD) diterima wajib pajak dan tanda terima telah ditandatangani oleh wajib pajak atau yang diberi kuasa, bidang pendaftaran dan pendataan mengarsipkan tanda terimanya.
4. Wajib pajak atau yang diberi kuasa mengisi formulir pendataan Surat Pemberitahuan Tanda Pajak Daerah (SPTPD) dan melengkapi lampiran yang diperlukan dan menyerahkan kembali ke Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang.
5. Berdasarkan formulir pendataan dari wajib pajak, bidang pendaftaran dan pendataan menerima dan memeriksa kebenaran kelengkapan pengisiannya.
 1. Apabila pengisiannya benar dan lampirannya lengkap, dalam daftar formulir pendataan diberi tanda dan tanggal penerimaan.
 2. Apabila belum lengkap, formulir pendataan Surat Pemberitahuan Tanda Pajak Daerah (SPTPD) dan lampirannya dikembalikan kepada wajib pajak untuk dilengkapi dan diserahkan kembali ke Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang.

3. Mencatat data pajak daerah dalam kartu data yang selanjutnya dilakukan proses penetapan.

Ketetapan tarif menurut jenis pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang
Ketetapan Tarif Menurut Jenis Pajak Reklame
Tahun 2014 – 2016

Jenis reklame	Jenis Kelas	Ukuran reklame (M ²)	Jumlah reklame	Jangka waktu	Tarif (Rp)
Billboard	Protokol	1 m2	1 buah	1 hari	25.000
	Penghubung	1 m2	1 buah	1 hari	16.000
	Lokal	1 m2	1 buah	1 hari	14.000
Berjalan	Protokol	1 m2	1 buah	1 hari	14.000
	Penghubung	1 m2	1 buah	1 hari	10.000
	Lokal	1 m2	1 buah	1 hari	8.000
Neon box	Protokol	1 m2	1 buah	1 hari	12.000
	Penghubung	1 m2	1 buah	1 hari	9.000
	Lokal	1 m2	1 buah	1 hari	7.000
Tine plate	Protokol	1 m2	1 buah	1 hari	8.000
	Penghubung	1 m2	1 buah	1 hari	5.000
	Lokal	1 m2	1 buah	1 hari	4.000
Shop sign	Protokol	1 m2	1 buah	1 hari	11.000
	Penghubung	1 m2	1 buah	1 hari	9.000
	Lokal	1 m2	1 buah	1 hari	6.000
Kain dan sejenisnya	Protokol	1 m2	1 buah	1 hari	7.000
	Penghubung	1 m2	1 buah	1 hari	5.000
	Lokal	1 m2	1 buah	1 hari	3.000

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang, 2017

Penjelasan berdasarkan jenis kelas jalan adalah sebagai berikut :

1. Jalan protokol adalah jalan umum yang berfungsi melayani angkutan utama dalam kota kecepatan rata-rata tinggi dan jumlah jalan masuk dibatasi.
2. Jalan penghubung adalah jalan yang menghubungkan antara satu tempat ke tempat lainnya.
3. Jalan lokal adalah jalan yang menghubungkan kawasan perumahan.

Tabel 1.2
Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang
Jumlah Unit Pajak Reklame
Tahun 2014-2016

Tahun	Jenis reklame	Jumlah unit	Jangka waktu
2014	Billboard	41 unit	365 hari
	Berjalan	9 unit	365 hari
	Neon box	41 unit	365 hari
	Tine plate	30 unit	365 hari
	Shop sign	31 unit	365 hari
	Kain dan sejenisnya	17 unit	15 hari
2015	Billboard	46 unit	365 hari
	Berjalan	13 unit	365 hari
	Neon box	50 unit	365 hari
	Tine plate	55 unit	365 hari
	Shop sign	51 unit	365 hari
	Kain dan sejenisnya	27 unit	20 hari
2016	Billboard	55 unit	365 hari
	Berjalan	3 unit	365 hari
	Neon box	75 unit	365 hari
	Tine plate	80 unit	365 hari
	Shop sign	90 unit	365 hari
	Kain dan sejenisnya	50 unit	25 hari

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang, 2017

Tabel di atas menunjukkan jumlah unit pajak reklame Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016. Untuk pajak reklame jenis *billboard* pada tahun 2015 mengalami kenaikan persentase sebesar 12,2 % dari Tahun 2014 dan pada Tahun 2016 mengalami kenaikan persentase sebesar 73,56% dari Tahun 2015. Untuk pajak reklame jenis berjalan, pada Tahun 2015 mengalami kenaikan persentase sebesar 44% dari Tahun 2014, dan pada Tahun 2016 mengalami penurunan sebesar -77% dari Tahun 2015. Untuk pajak reklame jenis *neon box*, pada Tahun 2015 mengalami kenaikan persentase sebesar 3,98% dari tahun 2014, dan pada Tahun 2016 mengalami kenaikan persentase sebesar 50% dari Tahun 2015. Untuk pajak reklame jenis *tine plate*, pada Tahun 2015 mengalami kenaikan persentase

sebesar 83,33% dari tahun 2014, dan pada Tahun 2016 mengalami kenaikan persentase sebesar 31,25% dari Tahun 2015. Untuk pajak reklame jenis *shop sign*, pada tahun 2015 mengalami kenaikan persentase sebesar 64,51% dari tahun 2014, dan pada Tahun 2016 mengalami kenaikan persentase sebesar 76,5% dari Tahun 2015.

Untuk pajak reklame jenis kain dan sejenisnya, pada Tahun 2015 mengalami kenaikan persentase sebesar 58,36% Tahun 2014 dan pada tahun 2016 bertambah sebanyak 85,9% dari tahun 2015.

Berikut ditampilkan laporan target dan realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.

Tabel 1.3
Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang
Laporan Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame
Tahun 2014 – 2016

Tahun	Jenis Reklame	Dalam Rupiah		Persentase Pencapaian (%)
		Target	Realisasi	
2014	Bill Board	230.000.000,00	266.389.984,00	115,82 %
	Berjalan	8.000.000,00	8.958.771,00	111,98 %
	Neon Box	100.000.000,00	116.485.355,00	116,49 %
	Tine Plate	75.000.000,00	89.307.378,00	119,08 %
	Shop Sign	75.000.000,00	107.739.795,00	143,65 %
	Kain dan sejenisnya	65.000.000,00	20.474.130,00	31,50 %
	Total	553.000.000,00	609.355.413,00	110,19%
2015	Bill Board	210.000.000,00	247.692.845,00	117,95 %
	Berjalan	9.000.000,00	12.206.121,00	135,62 %
	Neon Box	122.000.000,00	128.388.219,00	105,24 %
	Tine Plate	75.000.000,00	108.937.268,00	145,25 %
	Shop Sign	56.500.000,00	90.686.808,00	160,51 %
	Kain dan sejenisnya	25.000.000,00	30.734.261,00	122,94 %
	Total	497.500.000,00	618.645.522,00	124,35%
2016	Bill board	377.000.000,00	382.801.581,00	101,54 %
	Berjalan	4.800.000,00	4.819.090,00	100,40 %
	Neon box	288.000.000,00	337.580.433,00	117,22 %
	Tine plate	83.900.000,00	162.115.559,00	193,22 %
	Shop sign	117.000.000,00	183.391.331,00	156,74 %
	Kain dan sejenisnya	29.300.000,00	63.526.386,00	216,81 %
	Total	900.000.000,00	1.134.234.380,00	126,03%

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang, 2017

Tabel di atas menunjukkan laporan target dan realisasi penerimaan pajak reklame Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016. Pada tahun 2014 total persentase pencapaian sebesar 110,19%, pada Tahun 2015 total persentase mengalami kenaikan dari Tahun 2014 sebesar 12,85%, dan pada Tahun 2016 total persentase pencapaian mengalami kenaikan dari Tahun 2015 sebesar 1,35%.

Jumlah wajib pajak yang membayar pajak reklame Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.4
Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang
Jumlah Wajib Pajak Yang Membayar Pajak Reklame
Tahun 2014 – 2016

Tahun	Jumlah Wajib Pajak Reklame (perusahaan)
2014	42
2015	50
2016	95

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang, 2017

Tabel di atas menunjukkan jumlah wajib pajak yang membayar pajak reklame dari Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2016. Pada Tahun 2015 naik 19,05% dari Tahun 2014 dan pada Tahun 2016 bertambah naik 90% dari Tahun 2015.

Terdapat beberapa keluhan dari wajib pajak yang ditemukan di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang yaitu lambannya proses pengeluaran izin pemasangan pajak reklame, akibatnya banyaknya pemasangan reklame liar tanpa izin dari Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang”.

B. Permasalahan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kualitas pelayanan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang ?”.

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan terarah dan jelas sesuai dengan permasalahan, maka penulis membatasi pembahasan pada kualitas pelayanan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang yang diukur menggunakan indikator kualitas pelayanan yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan wujud.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu sarana menambah wawasan pengetahuan serta berupaya untuk memecahkan masalah yang diteliti khususnya dalam bidang sumber daya manusia yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.

2. Bagi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang

Sebagai masukan bagi pihak terkait, khususnya bagi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang dalam menentukan kebijakan-kebijakan guna meningkatkan pelayanan pajak reklame.

3. Bagi Almamater

Dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi rekan-rekan mahasiswa yang melakukan penelitian yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Keller (2009:36) : ”Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:113) : “Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa”.

Goetsch dan Davis (2010) dalam Tjiptono dan Chandra (2016:115) mendefinisikan kualitas sebagai “Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Menurut Kotler dan Keller (2009:52): terdapat 5 (lima) determinan kualitas jasa, yaitu :

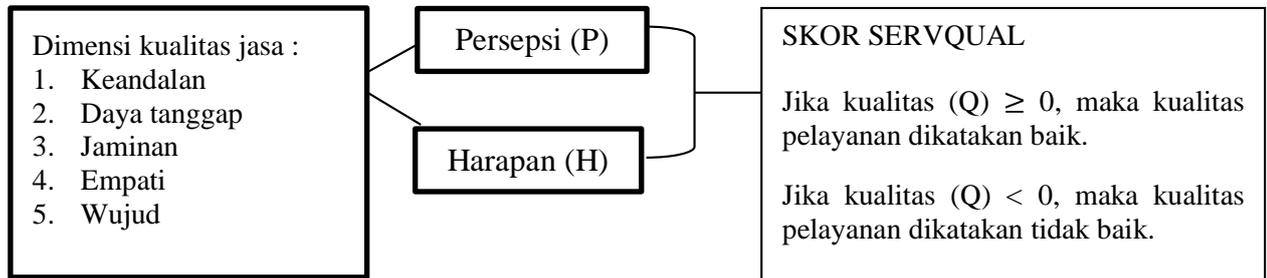
1. Keandalan – Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas – Kesiediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan – Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati – Kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
5. Wujud – Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Beberapa penelitian diambil peneliti sebagai penelitian pendahuluan. Penelitian yang dilakukan oleh Kumayza (2013) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara”. Metode pengukuran yang digunakan adalah SERVQUAL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi *tangible* perbedaan (*gap*) penilaian masyarakat sebesar -1,21, pada dimensi *reliability* perbedaan (*gap*) penilaian masyarakat sebesar -1,48, pada dimensi *responsiveness* perbedaan (*gap*) penilaian masyarakat sebesar -1,53, pada dimensi *assurance* perbedaan (*gap*) penilaian masyarakat sebesar -1,40, pada dimensi *emphaty* perbedaan (*gap*) penilaian masyarakat sebesar -1,52. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pada kualitas pelayanan pada Kantor Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara sangat tidak baik terutama pada dimensi *responsiveness* yaitu sebesar -1.53.

Penelitian yang dilakukan oleh Firman (2012) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Perizinan Surat Izin Usaha Perdagangan Pada Kantor Pelayanan Umum dan Perizinan Kabupaten Solok Selatan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan perizinan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) pada Kantor Pelayanan Umum dan Perizinan masih belum memenuhi tingkat harapan/kepentingan dari pelanggan.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif. Menurut Satori dan Komariah (2011:28) : “Metode deskriptif adalah langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau *setting* sosial terjewantah dalam suatu tulisan yang bersifat naratif”. Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan pada Unit Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang.
2. Teknik Pengumpulan Data
 - a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2009:137) : “Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui :

1) Observasi

Menurut Hadi (1986) dalam Sugiyono (2009:145) : “Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak reklame dan kondisi lingkungan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat.

2) Wawancara

Menurut Sugiyono (2009:137) : “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti”. Wawancara dilakukan kepada wajib pajak reklame tentang pelayanan yang diberikan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat.

3) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2009:142) : “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang melakukan pembayaran pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang yang berjumlah 95 orang wajib pajak.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2009:137) : “Data Sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data berbentuk catatan-catatan, dokumen dan arsip sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa data dari Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:80) : ”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah orang yang melakukan pembayaran pajak reklame yang mewakili perusahaan berjumlah 95 orang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:81) : ”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2009:85) : “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Sampel dalam penelitian ini adalah

orang yang melakukan pembayaran pajak reklame yang mewakili perusahaan berjumlah 95 orang.

4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:38) : “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat.

b. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 1.5
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item/Kuesioner	Referensi
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsch dan Davis (2010) dalam Tjiptono dan Chandra, 2016:15)	Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang dapat diandalkan dalam menangani pelayanan pajak reklame. 2. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang dapat diandalkan dalam menangani permasalahan mengenai pajak reklame. 3. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang menerima pendaftaran wajib pajak reklame yang memenuhi persyaratan administrasi yang ditentukan. 4. Pelayanan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. 5. Jam operasional pelayanan sesuai dengan yang ditetapkan. 6. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan jadwal yang diinformasikan kepada wajib pajak. 	Kotler dan Keller (2009:52)
		Responsivitas	<ol style="list-style-type: none"> 7. Petugas melayani dengan cepat. 8. Petugas melayani dengan tepat. 9. Kesiediaan petugas memberikan informasi yang dibutuhkan oleh wajib pajak. 10. Petugas tanggap ketika wajib pajak mengalami kesulitan. 11. Petugas siap setiap saat untuk melayani wajib pajak. 12. Petugas selalu siap menangani setiap keluhan wajib pajak. 	
		Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> 13. Petugas memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan pelayanan. 	

			14. Petugas melayani dengan ramah. 15. Petugas bersikap sopan dalam memberikan pelayanan. 16. Petugas mampu memberikan penjelasan kepada wajib pajak. 17. Petugas mampu berkomunikasi dengan baik dengan wajib pajak.	
		Empati	18. Petugas melayani wajib pajak tanpa membedakan antara satu dan lainnya. 19. Petugas memperlakukan wajib pajak secara penuh perhatian 20. Kesiapan petugas pada saat wajib pajak membutuhkan bantuan. 21. Petugas sabar dan penuh perhatian dalam melayani wajib pajak.	
		Wujud	22. Petugas berpenampilan rapi. 23. Kelengkapan peralatan untuk pelayanan seperti komputer, mesin hitung, telpon. 24. Ruang pelayanan yang bersih dan rapi. 25. Tempat parkir kendaraan yang luas.	

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2009:93) : "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Skala Likert yang digunakan terdiri dari skala untuk pernyataan persepsi dan harapan

pengguna jasa. Adapun Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 1.6
Skala Pengukuran

Persepsi	Skor	Harapan	Skor
Sangat Baik	5	Sangat Penting	5
Baik	4	Penting	4
Cukup Baik	3	Cukup Penting	3
Kurang Baik	2	Kurang Penting	2
Tidak Baik	1	Tidak Penting	1

6. Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2010:162) : “Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur”. Untuk mengukur validitas digunakan *software SPSS versi 24.0 for windows*.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Product Moment Pearson*. Nilai *Product Moment Pearson* yang diperoleh kemudian akan dibandingkan dengan nilai Tabel (r_{tabel}) dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05, dengan jumlah data (n) = 95. Dengan rumus $df = n - 2$ yaitu $df = 95$

– 2 = 93, sehingga didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,202. Kriteria pengujiannya adalah :

- a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan atau pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan atau pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2010:173) : “Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* versi 24.0 *for windows*.

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* 0,60 atau lebih.

b. Analisis SERVQUAL

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Service Quality* (SERVQUAL) untuk mengukur persepsi dan harapan wajib pajak reklame terhadap kualitas pelayanan

Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:159) : “Model SERVQUAL didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal/sempurna untuk masing-masing atribut jasa”. Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur persepsi dan harapan pelanggan serta *gap* diantara keduanya.

Skor SERVQUAL untuk setiap pasang pernyataan bagi masing-masing wajib pajak reklame dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithaml, et al. 1990, dalam Tjiptono dan Chandra, 2016:159) :

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Data yang diperoleh melalui instrumen SERVQUAL dapat dipergunakan untuk menghitung skor *gap* kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Item – by - item analysis*, misalnya P1 - H1, P2 - H2 dan seterusnya.
- b. *Dimension – by - dimension analysis*, contohnya $(P1+P2+P3+P4/4) - (H1+H2+H3+H4/4)$, dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.

- c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau *gap* SERVQUAL yaitu $(P1+P2+P3+P22/22) - (H1+H2+H3+\dots+H22/22)$.