

Kualitas Pelayanan Kantor Pajak Pratama Sukoharjo Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Nabila Intan Cahayani¹, Joko Suryono²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Veteran Bangun Nusantara

Email: ¹nabilaintan2020@gmail.com, ² jokowignyo@gmail.com

Abstrak

Pelayanan publik yang berkualitas menjadi tolok ukur keberhasilan birokrasi modern, termasuk di sektor perpajakan. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo dituntut untuk memberikan layanan yang efektif dan efisien demi membangun kepercayaan serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo terhadap kepuasan wajib pajak, dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penilaian kualitas pelayanan mengacu pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu: tangible (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPP Sukoharjo telah menunjukkan kinerja yang baik dalam aspek bukti fisik, kehandalan, dan daya tanggap, ditunjukkan melalui fasilitas memadai, sistem antrian tertib, serta responsivitas petugas. Namun demikian, dimensi empati masih memerlukan perhatian lebih, khususnya dalam pendekatan interpersonal terhadap wajib pajak yang menghadapi kesulitan. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan komunikasi interpersonal bagi petugas, optimalisasi media sosial sebagai sarana interaksi dua arah, serta evaluasi berkala terhadap kinerja pelayanan. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan inklusivitas pelayanan dan kepuasan wajib pajak secara berkelanjutan.

Kata kunci: kualitas pelayanan; kepuasan wajib pajak; KPP Sukoharjo; SERVQUAL; komunikasi publik

Abstract

High-quality public service is a key indicator of success in modern bureaucracy, including in the taxation sector. Tax Offices (KPP) are expected to deliver effective and efficient services to build public trust and improve taxpayer compliance. This study aims to analyze the service quality at the Primary Tax Office (KPP) of Sukoharjo in relation to taxpayer satisfaction, using a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The assessment of service quality is based on the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The findings indicate that KPP Sukoharjo has demonstrated strong performance in tangibles, reliability, and responsiveness, as reflected in adequate facilities, orderly queue systems, and responsive staff. However, the empathy dimension still requires improvement, especially in interpersonal approaches toward taxpayers facing difficulties. This study recommends interpersonal communication training for service officers, the optimization of social media as a two-way interaction platform, and regular service performance evaluations. These measures are expected to enhance service inclusivity and taxpayer satisfaction in a sustainable manner.

Keywords: service quality; taxpayer satisfaction; KPP Sukoharjo; SERVQUAL; public communication.

PENDAHULUAN

Pelayanan publik menjadi tolok ukur utama dalam menilai kinerja suatu institusi pemerintah, termasuk dalam konteks administrasi perpajakan. Seiring dengan tuntutan reformasi birokrasi dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hak-hak pelayanan, kualitas pelayanan di instansi pemerintah seperti Kantor Pelayanan Pajak (KPP) menjadi isu yang sangat penting. Menurut Pertiwi (2010), terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan tingkat kepatuhan Wajib

Pajak. Pelayanan yang cepat, mudah, transparan, serta memberikan rasa aman dan nyaman, akan membentuk sikap patuh dari Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Salah satu indikator kepatuhan tersebut adalah ketepatan waktu dan kebenaran dalam penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) tahunan. Dengan demikian, pelayanan yang memuaskan dapat secara langsung berdampak positif terhadap tingkat penerimaan pajak nasional.

Dalam konteks penyelenggaraan pelayanan publik, kualitas pelayanan bukan hanya sekadar pemenuhan prosedur, tetapi juga menyangkut persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Parasuraman et al. (1988) dalam Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Artinya, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi standar operasional, tetapi juga sejauh mana layanan tersebut mampu menjawab ekspektasi dan kebutuhan masyarakat. Ketidaksesuaian antara harapan dan realitas pelayanan akan menimbulkan ketidakpuasan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terhadap institusi tersebut.

Dalam industri jasa, termasuk pelayanan publik, kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan yang paling utama. Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam pelayanan publik merujuk pada persepsi pelanggan terhadap pengalaman yang diperoleh ketika berinteraksi dengan penyedia layanan. Jika pelayanan yang diterima dinilai memadai, responsif, dan profesional, maka kemungkinan besar akan muncul loyalitas dan sikap positif dari masyarakat terhadap institusi penyedia layanan. Namun, sebaliknya, pelayanan yang buruk akan menimbulkan kekecewaan yang dapat berujung pada rendahnya kepatuhan, khususnya dalam konteks kewajiban perpajakan (Suryana, 2017).

Kualitas pelayanan yang optimal menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan keberlangsungan pelayanan publik. Dalam sektor perpajakan, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan telah dilakukan melalui berbagai inovasi, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi informasi. Kantor Pajak Pratama Sukoharjo, misalnya, telah mengembangkan berbagai sistem berbasis digital seperti *e-Filing*, *e-Billing*, dan konsultasi online. Inovasi-inovasi tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Namun, berbagai keluhan dari masyarakat masih sering terdengar, seperti antrian panjang, pelayanan yang lambat, dan kurangnya komunikasi efektif antara petugas dan Wajib Pajak (Widodo, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan oleh masyarakat.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan adalah model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988). Model ini membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi utama, yaitu: *reliability* (kehandalan), yaitu

kemampuan memberikan layanan yang akurat dan konsisten; *assurance* (jaminan), yakni kemampuan memberikan rasa percaya dan aman kepada pelanggan melalui kompetensi dan kesopanan petugas; *tangibles* (bukti fisik), yaitu kondisi fasilitas, peralatan, dan penampilan personel; *empathy* (empati), yaitu perhatian dan kepedulian yang diberikan kepada pelanggan; serta *responsiveness* (daya tanggap), yakni kesiapan dan kecepatan dalam membantu pelanggan.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2005), kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tinggi biasanya akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi pula, bahkan berpotensi mendorong pembelian ulang atau loyalitas pelanggan. Dalam konteks pelayanan publik, hal ini sepadan dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap instansi pemerintah dan meningkatnya kepatuhan terhadap regulasi, termasuk kewajiban perpajakan.

Lebih lanjut, Khaliq (2019) menegaskan bahwa strategi peningkatan kualitas layanan sangat penting bagi keberlangsungan institusi pelayanan, baik swasta maupun publik. Kepuasan pelanggan bukan hanya indikator keberhasilan, tetapi juga aset penting yang berdampak langsung terhadap penerimaan dan keberlanjutan operasional institusi. Hal senada juga dikemukakan oleh Lestari dan Iskandar (2021) bahwa peningkatan kualitas pelayanan pelanggan akan memberikan kontribusi penting terhadap pendapatan dan eksistensi lembaga atau perusahaan.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kualitas pelayanan di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo dipersepsikan oleh Wajib Pajak berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan gambaran deskriptif mengenai kinerja pelayanan yang ada, tetapi juga menyampaikan masukan yang berharga untuk perbaikan pelayanan di masa mendatang. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan persepsi pelanggan, institusi perpajakan diharapkan dapat merancang strategi peningkatan pelayanan yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

Penelitian sebelumnya, seperti oleh Pertiwi (2010) dan Suryana (2017), telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan kepatuhan Wajib Pajak. Namun, sebagian besar menggunakan pendekatan kuantitatif. Berbeda dari itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali persepsi Wajib Pajak terhadap kualitas pelayanan di KPP Pratama Sukoharjo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana lima dimensi *SERVQUAL* (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) diterapkan dalam pelayanan KPP Pratama Sukoharjo berdasarkan pengalaman langsung Wajib Pajak.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menganalisis kualitas pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian dilaksanakan pada Maret–Mei 2025, dengan objek berupa kualitas pelayanan dan subjek berupa wajib pajak serta petugas pajak, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu: observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati langsung aktivitas pelayanan, wawancara dilakukan terhadap informan kunci dan utama seperti Kepala Seksi Pelayanan dan Wajib Pajak, sementara dokumentasi digunakan untuk memperkuat bukti visual maupun tertulis. Semua data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai informan untuk memperkuat validitas temuan. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap kualitas pelayanan dari sudut pandang pengguna layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji kualitas pelayanan Kantor Pajak Pratama Sukoharjo berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*, yakni *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), dan *Empathy* (empati). Temuan ini diperoleh melalui teknik triangulasi data dengan metode wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi visual.

1. *Reliability* (Kehandalan)

Dimensi ini tercermin dari konsistensi layanan, keteraturan antrean digital, serta kesiapan petugas dalam melayani pembuatan NPWP, pelaporan SPT, dan konsultasi perpajakan. Keberadaan maklumat pelayanan dan kotak saran juga memperkuat komitmen institusi terhadap akuntabilitas. Nadya, salah satu wajib pajak, menyebutkan, “Pelayanan cukup baik. Petugasnya kompeten dan selalu siap membantu.” Penggunaan aplikasi DJP Online pun mendukung layanan digital yang lebih andal.



Gambar 1.

Petugas Sedang Melayani Wajib Pajak Membuat NPWP

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Petugas di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo secara umum menunjukkan *responsivitas* tinggi. Mereka aktif membantu wajib pajak yang mengalami kesulitan, baik secara langsung maupun melalui sistem antrean digital. Dokumentasi menunjukkan petugas sigap dalam menjelaskan alur layanan dan menyelesaikan masalah dengan cepat. Namun, di waktu padat layanan, masih ada keluhan terkait waktu tunggu yang cukup lama.



Gambar 2.

Petugas Sedang Aktif Membantu Wajib Pajak

3. *Assurance* (Jaminan)

Petugas pajak memiliki pengetahuan dan keterampilan teknis yang baik, serta mampu membangun rasa aman dan percaya dari wajib pajak. Kehadiran poster maklumat pelayanan menjadi bentuk simbolis dari transparansi dan jaminan terhadap kualitas layanan. Hal ini diamini oleh Arrizal, “Poster ini membuat kami yakin bahwa mereka menjalankan tugasnya sesuai standar.”



Gambar 3.

Poster Maklumat pelayanan

4. **Tangibles (Bukti Fisik)**

Kantor Pajak Pratama Sukoharjo menunjukkan penerapan dimensi tangible yang kuat. Hal ini terlihat dari fasilitas yang tersedia seperti ruang tunggu ber-AC dengan kursi empuk, desain interior yang estetik, hingga penyediaan air minum gratis. Tersedianya tangga estetik, loket pelayanan digital, dan poster informatif memperkuat kesan profesional.



Gambar 4.
Ruang Tunggu Nyaman dan Sejuk

Beberapa wajib pajak mengapresiasi kenyamanan tersebut, seperti yang diungkapkan Laili, “Meski terlihat sepele, fasilitas seperti air minum dan ruang yang nyaman membuat mood tetap baik meski harus menunggu cukup lama.”



Gambar 5.
Fasilitas minum gratis

5. **Empathy (Empati)**

Dimensi empati masih menjadi titik lemah. Meski secara umum petugas bersikap ramah, namun pendekatan personal belum sepenuhnya dirasakan oleh semua wajib pajak. Beberapa responden berharap ada pendampingan khusus atau komunikasi yang lebih mudah dipahami, khususnya bagi masyarakat yang awam terhadap prosedur perpajakan.

PEMBAHASAN

1. **Kehandalan Pelayanan Melalui Integrasi Sistem Digital dan Profesionalisme Petugas**

Dimensi *reliability* dalam kerangka *SERVQUAL* merujuk pada kemampuan lembaga dalam memberikan layanan yang akurat, tepat waktu, dan dapat diandalkan secara konsisten (Parasuraman et al., 1988). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di Kantor Pajak Pratama

Sukoharjo, aspek keandalan telah diimplementasikan secara baik melalui kombinasi layanan fisik dan digital yang saling melengkapi.

Salah satu indikator utama keandalan adalah tersedianya sistem antrean digital *real-time*, yang menampilkan nomor antrean, jenis layanan, dan lokasi loket. Keberadaan sistem ini mengurangi ketidakpastian wajib pajak dan meningkatkan efisiensi waktu tunggu. Hal ini sejalan dengan pendapat Zeithaml et al. (2006) bahwa kejelasan informasi dan prediktabilitas waktu pelayanan merupakan unsur penting dalam membangun persepsi keandalan layanan publik.

Selain sistem antrean, profesionalisme petugas menjadi penentu utama dalam dimensi *reliability*. Petugas di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo secara umum dinilai ramah, sigap, dan informatif. Mereka mampu memberikan bantuan dalam pembuatan NPWP, menjawab pertanyaan wajib pajak, serta mengarahkan proses administrasi sesuai kebutuhan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sari (2021) yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, akurat, dan ramah oleh petugas secara signifikan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instansi pajak.

Komitmen kelembagaan juga tampak melalui pemasangan poster maklumat pelayanan yang menyatakan bahwa KPP bersedia menerima sanksi apabila tidak memenuhi standar pelayanan. Keberadaan maklumat ini berfungsi sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi lembaga kepada publik, sejalan dengan prinsip-prinsip *good governance* (Dwiyanto, 2006). Pernyataan ini diperkuat oleh respons wajib pajak yang merasa lebih percaya terhadap layanan karena adanya jaminan keseriusan lembaga dalam menjaga kualitas.

Faktor pendukung lainnya adalah ketersediaan peralatan di meja pelayanan seperti komputer, formulir, serta akses ke sistem informasi perpajakan. Ketersediaan fasilitas ini memungkinkan petugas bekerja lebih efektif dan memberikan layanan yang tepat waktu dan bebas dari kesalahan prosedural. Ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2012) bahwa keandalan layanan sangat dipengaruhi oleh kesiapan sarana kerja dan sistem internal.

Dari sisi layanan digital, DJP Online digunakan untuk berbagai aktivitas seperti pelaporan SPT, pembayaran pajak, hingga pendaftaran NPWP. Meskipun dalam beberapa kasus masih terjadi kendala teknis seperti server down atau error saat input data, keberadaan Kring Pajak sebagai kanal pengaduan dan bantuan digital mampu merespons kendala tersebut secara cepat. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan bukan hanya tentang stabilitas sistem, tetapi juga tentang kemampuan penyedia layanan dalam mengatasi kendala secara responsif dan bertanggung jawab (Tjiptono, 2014).

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan ini menguatkan studi oleh Prasetyo & Wulandari (2020) yang menyebutkan bahwa kehadiran sistem antrean elektronik dan standar layanan yang jelas secara signifikan mempercepat proses layanan dan meningkatkan kepercayaan wajib pajak. Namun demikian, dalam studi di KPP lain yang dilakukan oleh Fauzan

(2019) ditemukan bahwa keterbatasan kapasitas sistem dan keterlambatan dalam layanan digital menurunkan kepercayaan publik. Hal ini berbeda dengan temuan di Sukoharjo yang menunjukkan sistem digital didukung oleh backup mekanisme melalui bantuan langsung (chat/telepon) dan pelayanan tatap muka yang tetap responsif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dimensi keandalan di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo telah diterapkan dengan cukup optimal, ditunjukkan oleh kesiapan sistem, kompetensi petugas, serta komitmen pada transparansi dan pelayanan berbasis teknologi. Meskipun terdapat tantangan teknis, upaya penyelesaian yang cepat menjadi penanda bahwa instansi ini memiliki kapasitas untuk menjaga kualitas layanan secara berkelanjutan.

2. Kesiapan Pelayanan dan Tantangan pada Waktu Ramai di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan dimensi penting dalam kualitas pelayanan publik yang mengacu pada kesediaan dan kemampuan petugas untuk membantu pelanggan secara cepat dan tepat serta memberikan pelayanan dengan penuh perhatian (Parasuraman et al., 1988). Dalam konteks pelayanan di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo, dimensi ini terlihat dari sikap proaktif petugas, kejelasan alur pelayanan, serta fasilitas pendukung yang disediakan untuk mempercepat proses dan memenuhi kebutuhan wajib pajak.

Hasil observasi menunjukkan bahwa petugas menunjukkan kesiapan fisik dan mental dalam melayani wajib pajak. Mereka berpakaian rapi dengan seragam resmi dan siap di meja pelayanan sejak awal jam operasional. Bahkan, terdapat kasus di mana petugas menghampiri wajib pajak yang tampak kebingungan tanpa harus diminta bantuan terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan adanya pemahaman terhadap prinsip pelayanan yang proaktif, sebagaimana dijelaskan oleh Zeithaml et al. (2006), bahwa kualitas daya tanggap berkaitan erat dengan kemampuan karyawan dalam mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara cepat dan ramah.

Tata letak meja layanan yang terbuka dan jelas tanpa sekat kayu juga memudahkan interaksi antara petugas dan wajib pajak. Ini sejalan dengan temuan Setiawan (2020) dalam penelitiannya di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Yogyakarta, yang menemukan bahwa desain ruang pelayanan yang terbuka dapat mempercepat waktu layanan dan meningkatkan kenyamanan pengguna. Kantor Pajak Pratama Sukoharjo menerapkan prinsip ini dengan sangat baik, yang terlihat dari kelancaran komunikasi dan minimnya hambatan fisik dalam pelayanan.

Pemberian penjelasan yang sabar dan informatif oleh petugas juga tercermin dari wawancara dengan beberapa wajib pajak, di mana mereka merasa tidak ragu bertanya meskipun belum memahami prosedur. Hal ini merupakan implementasi dari konsep “*service*

attentiveness” yang dijelaskan oleh Lovelock & Wirtz (2011), yaitu kepekaan dalam memberikan informasi secara akurat, mudah dipahami, dan dengan sikap yang empatik.

Kantor Pajak Pratama Sukoharjo juga menyediakan fasilitas tambahan yang responsif terhadap kebutuhan praktis wajib pajak, seperti free charging station dan kotak saran. Keberadaan fasilitas ini menunjukkan bahwa kantor tidak hanya memperhatikan proses administrasi utama, tetapi juga berupaya menciptakan pengalaman layanan yang lengkap dan manusiawi. Fasilitas charging station, misalnya, merupakan bentuk adaptasi terhadap kebutuhan digital masyarakat modern, yang jarang ditemui di kantor-kantor pelayanan tradisional. Ini mencerminkan pemahaman bahwa kualitas pelayanan publik juga diukur dari kenyamanan dan efisiensi waktu selama menunggu (Ratminto, 2015).

Meski secara umum pelayanan dinilai responsif, beberapa wajib pajak menyampaikan keluhan terkait lamanya antrean pada saat kondisi ramai. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun petugas menunjukkan kesigapan, masih terdapat tantangan dalam hal manajemen beban layanan di waktu puncak. Hal ini serupa dengan hasil penelitian Lestari dan Prasetyo (2020) yang menemukan bahwa kualitas daya tanggap cenderung menurun pada saat volume layanan meningkat, terutama jika tidak diimbangi dengan jumlah petugas yang memadai atau sistem antrean yang fleksibel.

Secara keseluruhan, penerapan dimensi *responsiveness* di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo dapat dikategorikan baik. Petugas menunjukkan kesigapan, ramah, dan mampu memberikan bantuan yang sesuai dengan kebutuhan wajib pajak. Ketersediaan fasilitas penunjang turut meningkatkan kenyamanan dan efisiensi pelayanan. Namun demikian, peningkatan kapasitas pelayanan pada waktu ramai menjadi salah satu poin perbaikan yang perlu diperhatikan ke depan.

3. Pelayanan Publik yang Berbasis Kepercayaan dan Tanggung Jawab

Dimensi *assurance* dalam model *SERVQUAL* merujuk pada kemampuan penyedia layanan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan melalui kompetensi, sopan santun, kredibilitas, dan keamanan pelayanan (Parasuraman et al., 1988). Dalam konteks pelayanan publik, *assurance* menjadi penting karena publik menaruh ekspektasi tinggi terhadap integritas, transparansi, dan perlindungan hak-hak sebagai warga negara yang menerima layanan.

Hasil penelitian di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo menunjukkan bahwa aspek jaminan telah diterapkan secara cukup optimal. Hal ini tampak dari keberadaan etalase “STOP GRATIFIKASI” yang menjadi simbol penolakan terhadap praktik suap dan korupsi. Kehadiran etalase ini secara tidak langsung menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi wajib pajak bahwa proses pelayanan berjalan tanpa intervensi negatif. Temuan ini sejalan

dengan pendapat Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa integritas lembaga pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pengguna layanan.

Selain itu, etalase barang tertinggal menjadi salah satu indikator bahwa kantor memiliki sistem untuk menjaga barang milik pengunjung. Upaya ini mendukung terciptanya jaminan fisik dan psikologis, bahwa apabila terjadi kelalaian, lembaga memiliki mekanisme tanggap untuk melindungi kepentingan publik.

Pemasangan poster maklumat pelayanan, yang menyatakan bahwa petugas bersedia menerima sanksi jika pelayanan tidak sesuai standar, memperkuat dimensi assurance dalam bentuk akuntabilitas terbuka. Hal ini senada dengan penelitian oleh Sutrisno (2019), yang menemukan bahwa deklarasi publik tentang komitmen pelayanan mampu meningkatkan persepsi masyarakat terhadap integritas dan profesionalitas petugas pelayanan publik.

Lebih lanjut, temuan tentang pojok kompensasi di KPP Pratama Sukoharjo memberikan dimensi baru dalam implementasi assurance. Fasilitas ini merupakan bentuk tanggung jawab institusi terhadap keterlambatan pelayanan, di mana wajib pajak yang menunggu melebihi waktu standar diberikan hadiah kecil sebagai bentuk apresiasi atas kesabaran mereka. Ini mencerminkan upaya lembaga untuk menjamin keadilan dan penghargaan terhadap waktu publik, sebuah pendekatan yang belum banyak diimplementasikan di lembaga publik lain. Menurut Lestari dan Prasetyo (2020), bentuk kompensasi pelayanan dapat menjadi instrumen penting dalam memperkuat hubungan antara lembaga dan pengguna layanan.

Tak kalah penting adalah pemanfaatan media sosial resmi seperti akun Instagram @pajaksukoharjo untuk menyampaikan informasi kebijakan perpajakan kepada publik secara aktif. Pemanfaatan media sosial dalam penyampaian informasi layanan mencerminkan penerapan jaminan informasi dan keterbukaan, yang menurut Zeithaml et al. (2006), merupakan bagian penting dari jaminan pelayanan di era digital.

Dari sisi persepsi pengguna layanan, beberapa wajib pajak menyampaikan bahwa mereka merasa percaya dan aman terhadap layanan di KPP Sukoharjo. Kesan profesional, ramah, serta adanya mekanisme pelaporan melalui tombol dan lampu indikator menjadi bukti bahwa rasa aman dan transparansi telah menjadi nilai utama dalam proses pelayanan.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Andini (2020) di KPP Pratama Tangerang Selatan, ditemukan bahwa jaminan pelayanan di sana masih bersifat formalistik dan belum menyentuh aspek keterbukaan digital maupun kompensasi publik. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi pelayanan seperti pojok kompensasi dan komunikasi digital yang dilakukan di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo dapat menjadi best practice dalam pelayanan publik perpajakan.

Dengan demikian, penerapan dimensi assurance di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo tidak hanya mencakup aspek legal dan prosedural, tetapi juga menyentuh ranah kepercayaan, keterbukaan, dan penghargaan terhadap pengguna layanan. Keberadaan fasilitas fisik seperti poster maklumat, etalase barang, serta kanal digital informasi publik, membuktikan bahwa aspek jaminan telah dirancang secara komprehensif dan humanis.

4. Implementasi Dimensi *Tangible* Dalam Mewujudkan Pelayanan Publik yang Nyaman dan Profesional

Dimensi *tangibles* atau bukti fisik merupakan komponen penting dalam penilaian kualitas pelayanan berdasarkan model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Dimensi ini mencakup segala bentuk penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, petugas, serta materi komunikasi yang digunakan dalam pelayanan. Penampilan fisik yang bersih, modern, dan tertata rapi akan menciptakan kesan pertama yang positif bagi pengguna layanan dan menjadi indikator nyata dari profesionalisme suatu instansi publik (Zeithaml et al., 2006).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Pajak Pratama Sukoharjo telah mengimplementasikan dimensi *tangibles* secara optimal. Gedung pelayanan memiliki desain eksterior modern dengan warna institusional biru dan kuning, yang mencerminkan identitas Direktorat Jenderal Pajak secara konsisten. Area parkir yang luas dan tertata rapi untuk kendaraan roda dua dan empat menunjukkan perencanaan ruang yang matang, memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi wajib pajak yang datang ke kantor.

Interior ruang pelayanan juga tertata dengan baik. Kursi tunggu yang empuk dan estetik serta pencahayaan yang cukup memberikan rasa nyaman bagi pengunjung yang menunggu. AC portabel yang menjaga kesejukan ruang pelayanan menunjukkan bahwa kenyamanan wajib pajak menjadi prioritas. Hal ini diperkuat oleh pendapat wajib pajak dalam wawancara yang menyatakan bahwa suasana ruang tunggu sangat mendukung kenyamanan saat menunggu antrean.

Temuan ini sejalan dengan studi oleh Wijayanti (2021), yang menemukan bahwa suasana ruang pelayanan yang nyaman dan estetik mampu meningkatkan kepuasan pengguna layanan di instansi publik. Kenyamanan ruang juga menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan, terutama ketika pengunjung harus menunggu cukup lama.

Selain kenyamanan, aspek estetika juga sangat diperhatikan. Terdapat dekorasi berupa vas bunga, taplak renda, serta poster-poster edukatif dan motivatif. Elemen-elemen ini tidak hanya memperindah ruangan, tetapi juga memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran perpajakan. Sebagaimana disampaikan oleh Tjiptono (2014), kualitas visual dan atmosferik

suatu layanan publik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengguna terhadap keseriusan dan kredibilitas institusi.

Penataan loket pelayanan yang tertib dan fungsional juga menjadi kekuatan tersendiri. Setiap loket dilengkapi dengan komputer, kursi, dan identitas petugas yang berjaga, mencerminkan kesiapan layanan yang profesional. Desain pencahayaan menggunakan lampu gantung dengan sentuhan klasik menunjukkan bahwa kantor tidak hanya mementingkan fungsi, tetapi juga nuansa estetika.

Fasilitas tambahan seperti dispenser air minum gratis, tempat sampah bersih, dan tempat penyimpanan gelas plastik menjadi elemen penting dalam menunjang kenyamanan pengguna layanan. Meskipun terlihat sederhana, ketersediaan fasilitas ini diapresiasi oleh banyak wajib pajak, terutama mereka yang datang dari jauh. Rohmana & Suryani (2020) menekankan bahwa detail kecil dalam fasilitas fisik berkontribusi besar terhadap persepsi publik terhadap kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini menunjukkan kemajuan yang signifikan. Dalam studi Sutrisno (2019) yang dilakukan di Kantor Pajak Pratama Bandung, ditemukan bahwa kurangnya perhatian terhadap penataan ruang dan fasilitas dasar seperti kursi tunggu dan air minum menjadi salah satu keluhan wajib pajak. Berbeda dengan Kantor Pajak Pratama Sukoharjo yang tidak hanya menyediakan fasilitas dasar, tetapi juga memperhatikan unsur kenyamanan dan estetika sebagai bagian dari strategi peningkatan kualitas pelayanan.

Demikian pula dalam penelitian oleh Lestari dan Prasetyo (2020) di instansi pelayanan publik di Surabaya, ditemukan bahwa banyak kantor pelayanan publik mengabaikan dimensi *tangible* karena dianggap tidak berkontribusi langsung terhadap kecepatan layanan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek *tangible* justru menjadi salah satu kekuatan utama dalam menciptakan kesan positif, kenyamanan, dan kepuasan pengguna.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi *tangible* di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo telah diterapkan secara maksimal. Fasilitas yang lengkap, penataan ruang yang baik, serta perhatian terhadap estetika menunjukkan adanya keseriusan lembaga dalam menciptakan pengalaman pelayanan publik yang menyenangkan dan profesional. Penerapan ini membuktikan bahwa kualitas fisik suatu layanan publik dapat menjadi cerminan dari kualitas pelayanan secara keseluruhan, dan menjadi salah satu kunci dalam membangun kepercayaan masyarakat.

5. Penerapan Dimensi Empati dalam Mewujudkan Pelayanan Publik yang Inklusif di KPP Pratama Sukoharjo

Temuan terkait penerapan dimensi empati di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo menunjukkan bahwa lembaga ini memiliki pemahaman yang baik terhadap pentingnya memperlakukan wajib pajak secara individual dan inklusif. Ketersediaan fasilitas ramah disabilitas dan ruang bermain anak menjadi indikator bahwa KPP Sukoharjo berupaya memenuhi kebutuhan pengunjung dengan beragam latar belakang, baik fisik maupun sosial.

Ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, pendekatan empati di KPP Sukoharjo menunjukkan perbedaan yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2021) di Kantor Samsat Sleman menemukan bahwa dimensi empati belum diterapkan secara maksimal karena petugas masih bersikap formal dan belum memperhatikan kebutuhan khusus dari masyarakat. Hal ini berbeda dengan kondisi di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo yang telah menyediakan sarana serta pendekatan personal untuk menunjang kenyamanan wajib pajak.

Penelitian lainnya oleh Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa KPP Madya Jakarta masih mendapatkan keluhan terkait kurangnya fasilitas bagi lansia dan penyandang disabilitas. Sementara itu, KPP Sukoharjo telah menyiapkan infrastruktur yang ramah sejak awal, bahkan sebelum adanya permintaan langsung dari wajib pajak. Hal ini menunjukkan adanya sikap antisipatif dan empati yang tinggi.

Penelitian Putri dan Santoso (2020) yang menyoroti pentingnya fasilitas pendukung seperti ruang anak-anak di kantor pemerintahan menemukan bahwa fasilitas tersebut jarang disediakan. Namun di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo, ruang bermain anak justru menjadi salah satu fasilitas yang penting untuk mendukung pelayanan yang ramah keluarga. Ini menandakan bahwa empati tidak hanya sebatas pada pelayanan langsung, tetapi juga pada suasana dan kenyamanan lingkungan pelayanan.

Secara normatif, penerapan empati di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo juga relevan dengan peraturan nasional, seperti Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2011 tentang Hak Penyandang Disabilitas, yang menuntut adanya aksesibilitas fisik dan non-fisik di fasilitas pelayanan publik. KPP Sukoharjo telah memenuhi ketentuan tersebut dengan menyediakan sarana yang mendukung kesetaraan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kantor Pajak Pratama Sukoharjo telah menerapkan dimensi empati secara menyeluruh, baik dari aspek fisik, sikap petugas, maupun kebijakan pelayanan. Penerapan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan wajib pajak, tetapi juga menjadi contoh praktik pelayanan publik yang inklusif dan berorientasi pada kemanusiaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukoharjo kepada wajib pajak, dengan menggunakan lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), dan *Empathy* (empati). Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa pelayanan di Kantor Pajak Pratama Sukoharjo secara umum sudah cukup baik dan memuaskan wajib pajak.

Dalam dimensi *Reliability*, pelayanan yang diberikan oleh petugas Kantor Pajak Pratama Sukoharjo cenderung tepat waktu dan sesuai prosedur. Petugas mampu menjawab pertanyaan wajib pajak dengan baik, memproses layanan sesuai standar, dan memberikan informasi yang akurat. Sistem antrean digital yang digunakan juga memberikan transparansi dan keadilan bagi setiap wajib pajak yang datang.

Dari aspek *Responsiveness*, petugas Kantor Pajak Pratama Sukoharjo dinilai cukup tanggap dan sigap dalam membantu wajib pajak, terutama dalam memberikan arahan dan penjelasan prosedur. Namun, pada jam-jam sibuk, terdapat keluhan terkait lamanya waktu antrean. Meski demikian, sikap petugas yang ramah dan aktif memberikan bantuan tetap menjadi nilai positif dalam penilaian pelayanan.

Pada dimensi *Assurance*, Kantor Pajak Pratama Sukoharjo menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap integritas dan keamanan pelayanan. Hal ini terlihat dari adanya maklumat pelayanan, pojok kompensasi, serta fasilitas pengaduan dan informasi digital yang mudah diakses. Wajib pajak merasa aman dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan.

Dari dimensi *Tangibles*, Kantor Pajak Pratama Sukoharjo telah menunjukkan upaya nyata dalam menyediakan fasilitas fisik yang memadai, seperti ruang tunggu yang nyaman, ruang pelayanan yang bersih dan tertata rapi, serta adanya air minum gratis dan fasilitas ramah lingkungan. Semua ini mencerminkan perhatian terhadap kenyamanan dan kepuasan pengunjung saat berada di lingkungan kantor pajak.

Sementara itu, pada dimensi *Empathy*, pelayanan Kantor Pajak Pratama Sukoharjo menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan khusus, seperti penyediaan jalur khusus bagi penyandang disabilitas dan ruang bermain anak. Petugas juga menunjukkan sikap ramah dan terbuka. Namun, dalam beberapa kasus masih ditemukan kurangnya pendekatan personal terhadap wajib pajak yang kesulitan memahami prosedur layanan. Ini menjadi catatan penting bagi KPP untuk meningkatkan aspek interpersonal agar lebih menyentuh sisi emosional dan kenyamanan setiap pengunjung.

Secara umum, kualitas pelayanan di KPP Pratama Sukoharjo telah memenuhi harapan wajib pajak dalam berbagai aspek dan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan mereka. Meski demikian, perbaikan pada aspek empati dan personalisasi layanan masih diperlukan agar kualitas pelayanan dapat menjadi lebih inklusif dan humanis.

Dengan demikian, hasil penelitian ini telah berhasil menjawab rumusan masalah yang diajukan, dan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di lingkungan Kantor Pajak Pratama Sukoharjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* , 13 (3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* , 64 (1), 12–40.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2000). A conceptual framework for understanding e-service quality: Implications for future research and managerial practice. Marketing Science Institute .
- Cahayani, N. I. (2025). Kualitas Pelayanan Kantor Pajak Pratama Sukoharjo Terhadap Kepuasan Wajib Pajak . Skripsi, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
- Hermawan, S. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif . Media Nusa Creative.