



LAPORAN AKHIR

KPP MADYA BANDUNG

**SURVEI KEPUASAN PELAYANAN DAN
EFEKTIVITAS PENYULUHAN DAN KEHUMASAN DJP
TAHUN 2025**



Laporan Akhir

Survei Kepuasan Pelayanan, Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan DJP 2025

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan RI
Tahun 2025



September 2025

PT SIGMA RESEARCH INDONESIA
Insight for Strategic Policy

Perkantoran Orlin Arcade II Blok JB/No. 25-26
Jl. Boulevard Graha Raya Tangerang Selatan
Telp. 021 35297230 – WA (Business) : 0811-9003-3586
Email. info@sigmaresearch.co.id



www.sigmaresearch.co.id



info@sigmaresearch.co.id



[sigmaresearch](https://www.instagram.com/sigmaresearch)



(021) 35297230

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I. PENDAHULUAN.....	6
1. 1. LATAR BELAKANG.....	6
1. 2. MAKSUD DAN TUJUAN	7
BAB II. METODE PENELITIAN.....	9
2. 1. PENDEKATAN LITERATUR.....	9
2. 1. 1. OBYEK PENELITIAN.....	9
2. 1. 2. SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT.....	10
2. 1. 3. EFEKTIVITAS PENYULUHAN DAN KEHUMASAN.....	13
2. 2. DESAIN PENELITIAN DAN SAMPEL RESPONDEN	15
2. 3. ASPEK PEMBENTUK INDEKS	18
2. 4. KENDALA DAN SOLUSI.....	20
2. 5. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	22
2. 5. 1. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INDIKATOR KEPUASAN PELAYANAN	23
2. 5. 2. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INDIKATOR EFEKTIVITAS PENYULUHAN.....	24
2. 5. 3. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR EFEKTIVITAS KEHUMASAN.....	25
2. 6. PROFIL DEMOGRAFI RESPONDEN PELAYANAN DAN PENYULUHAN.....	26
BAB III. HASIL SURVEI.....	30
3. 1. INDEKS KEPUASAN PELAYANAN DAN EFEKTIVITAS PENYULUHAN KPP	30
3. 2. KEPUASAN PELAYANAN PERPAJAKAN.....	30
3. 3. 1. LAYANAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK.....	33
3. 3. 2. KELUHAN/PENGADUAN PELAYANAN PERPAJAKAN DJP	33
3. 3. EFEKTIVITAS PENYULUHAN PERPAJAKAN	35
3. 3. 1. MATERI PENYULUHAN	37
BAB IV. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	40
4. 1. KEPUASAN PELAYANAN	40
4. 1. 1. KESIMPULAN	40

4. 1. 2. REKOMENDASI.....	40
4. 2. EFEKTIVITAS PENYULUHAN	41
4. 2. 1. KESIMPULAN	41
4. 2. 2. REKOMENDASI.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Komposisi Sampel Responden Wajib Pajak	17
Tabel II. 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Indikator Kepuasan Pelayanan	23
Tabel II. 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Indikator Efektivitas Penyuluhan	24
Tabel II. 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Indikator Efektivitas Kehumasan	25
Tabel II. 5. Profil Responden Pelayanan dan Penyuluhan dan Kehumasan	26
Tabel II. 6. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	28
Tabel III. 1. Indeks KPP Kepuasan Pelayanan, dan Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan	30
Tabel III. 2. Jenis Pelayanan yang Diikuti Wajib Pajak	31
Tabel III. 3. Jenis Penyuluhan yang Diikuti Wajib Pajak	36
Tabel III. 4. Materi Penyuluhan yang Diminati Wajib Pajak	37
Tabel III. 5. Preferensi Sumber dan Jenis Materi Penyuluhan	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1. Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Pajak	10
Gambar II. 2. <i>The Four-Step of PR Process</i>	13
Gambar II. 3. <i>Unified Evaluation Model</i>	15
Gambar II. 4. Alur Metode Penelitian Survei Secara Umum	18
Gambar II. 5. Unsur atau Aspek Pembentuk Indeks Kepuasan Pelayanan	19
Gambar II. 6. Unsur atau Aspek Pembentuk Indeks Efektivitas Penyuluhan	19
Gambar II. 7. Unsur atau Aspek Pembentuk Indeks Efektivitas Kehumasan	20
Gambar II. 8. Skala Tingkat Kesetujuan / Kualitas Kinerja / Kepuasan	20
Gambar II. 9. Alur Pengambilan Sampel dengan QR Code	22
Gambar III. 1. Indeks Kepuasan Pelayanan Berdasarkan Atribut	31
Gambar III. 2. Preferensi Kanal Pelayanan	32
Gambar III. 3. Penggunaan Layanan Keterbukaan Informasi Publik dan Tingkat Kepuasan Layanan Keterbukaan Informasi Publik.....	33
Gambar III. 4. Pengalaman Mengakses Layanan Pengaduan Perpajakan	34
Gambar III. 5. Kepuasan Penggunaan Layanan Keluhan/ Pengaduan Perpajakan.....	34
Gambar III. 6. Indeks Efektivitas Penyuluhan Berdasarkan Atribut	35
Gambar III. 7. Preferensi Kegiatan Penyuluhan	36



BAB I

PENDAHULUAN

BAB I. PENDAHULUAN

1. 1. LATAR BELAKANG

Salah satu Indikator keberhasilan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang tercantum dalam Peta Strategi DJP pada *stakeholder/customer perspective* adalah pemenuhan layanan publik. Aspek lain yang berhubungan dengan internal *process perspective* adalah peningkatan efektivitas penyuluhan dan kehumasan. Keberhasilan pemenuhan layanan publik dan peningkatan efektivitas penyuluhan dan kehumasan tersebut dapat dievaluasi dengan melakukan survei. Rencana strategis DJP lebih lanjut mencantumkan sasaran strategis dalam perspektif *stakeholder* yaitu untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan kepuasan yang tinggi atas pengguna layanan DJP.

Survei menjadi instrumen utama dalam mengukur tingkat keberhasilan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, DJP secara rutin mengumpulkan data persepsi dari pengguna layanan untuk menilai kualitas pelayanan dan efektivitas program penyuluhan serta kehumasan. Hasil survei tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga sebagai dasar dalam penyusunan kebijakan dan pengambilan keputusan yang berbasis data.

Pada tahun 2024, indeks kepuasan pelayanan DJP tercatat sebesar 88,97. Angka ini menunjukkan bahwa secara umum, masyarakat merasa puas terhadap layanan yang diberikan DJP. Namun, menjaga kualitas pelayanan agar tetap konsisten di seluruh unit kerja tetap menjadi sesuatu yang harus tetap dipertahankan. Hal ini menuntut adanya upaya peningkatan secara konsisten, baik dari sisi sistem, prosedur, maupun kompetensi petugas.

Dalam hal penyuluhan perpajakan, efektivitas program pada tahun 2024 mencapai 86,10. Sementara itu, efektivitas kehumasan tercatat sebesar 84,90. Capaian ini menunjukkan pelaksanaan program penyuluhan dan kehumasan telah berjalan cukup baik, namun masih bisa dioptimalkan. Terutama dalam hal peningkatan jangkauan, kejelasan pesan yang disampaikan, serta kedekatan komunikasi antara DJP dan masyarakat.

Berdasarkan capaian tersebut, Direktorat Jenderal Pajak kembali melakukan survei mengenai tingkat kepuasan pelayanan, efektivitas penyuluhan, dan kehumasan DJP di Tahun 2025 untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Kegiatan Survei ini akan

menghasilkan informasi yang akan digunakan sebagai salah satu bahan pendukung penetapan perencanaan dan target kinerja pelayanan, penyuluhan, dan kehumasan..

1. 2. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud kegiatan Survei Kepuasan Pelayanan dan Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan DJP ini adalah sebagai salah satu indikator untuk pengukuran kepuasan kegiatan pelayanan dan efektivitas penyuluhan dan kehumasan DJP serta menjadi bahan masukan dalam penentuan kebijakan di bidang pelayanan, penyuluhan dan kehumasan.

Sementara tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Mengukur Indikator Kinerja Utama meliputi:
 - a. Tingkat kepuasan pengguna layanan DJP,
 - b. Efektivitas penyuluhan perpajakan, dan
 - c. Efektivitas kehumasan perpajakan.
2. Memberikan rekomendasi untuk penyusunan kebijakan di DJP terutama yang terkait dengan pelayanan, penyuluhan dan kehumasan.



BAB II

PENDEKATAN

PENELITIAN

BAB II. METODE PENELITIAN

2. 1. PENDEKATAN LITERATUR

2. 1. 1. OBYEK PENELITIAN

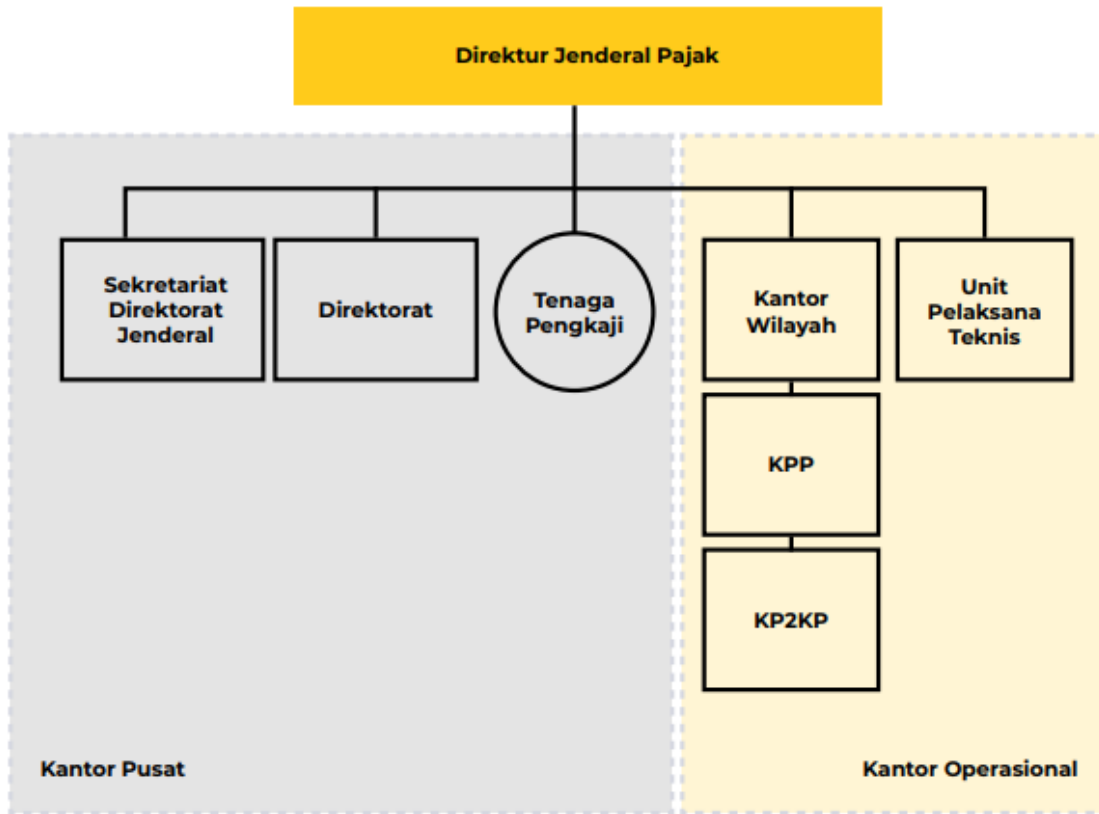
Direktorat Jenderal Pajak (DJP) merupakan unit eselon I di bawah Kementerian Keuangan yang mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang perpajakan. Tugas tersebut dapat dijabarkan lebih lanjut dalam penyelenggaraan fungsi yang meliputi:

- a. Perumusan kebijakan di bidang perpajakan;
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang perpajakan;
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang perpajakan;
- d. Pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang perpajakan;
- e. Pelaksanaan administrasi Ditjen Pajak; serta
- f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri Keuangan.

Lingkup bidang perpajakan yang dikelola DJP meliputi administrasi pemungutan/pengumpulan pajak pusat, yaitu Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan selain sektor perkotaan dan pedesaan, serta Bea Meterai. Adapun pengelolaan pajak daerah dilakukan oleh pemerintah daerah baik di tingkat provinsi maupun kabupaten kota.

Ditjen Pajak tidak hanya bertugas secara administratif dan kelembagaan, melainkan memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemungutan pajak. Oleh karenanya, untuk meningkatkan pelayanan pada pemungutan pajak di seluruh wilayah Indonesia, DJP memiliki representasi di setiap daerah melalui Kanwil (Kanwil) dan KPP (Kantor Pelayanan Pajak) sebagaimana Gambar berikut.

Gambar II. 1. Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Pajak



2. 1. 2. SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT

Hasil survei Parassuraman, et.al., (1990) yang menjadi banyak acuan praktisi pemasaran adalah temuan lima dimensi utama SERVQUAL (*Service Quality*) yakni aspek: *reliability*, *tangibles*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empathy* yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini nantinya menjadi acuan dalam benayak penelitian mengenai pengukuran kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) secara akademis maupun praktis. Riset kepuasan pelanggan merupakan salah satu riset yang sering dilakukan oleh banyak perusahaan. Untuk mengeksplorasi atribut kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan digunakan riset kualitatif (FGD atau *in depth interview*). Sedangkan apabila ingin melihat efektivitas layanan para *frontliner* atau *customer service* dapat menggunakan *mystery shopper*. Lebih jauh survei kuantitatif dapat membuat *tracking* dan indeks kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan untuk program *service improvement*. Beberapa metode dan

desain risetnya relatif sudah memiliki standar baku. Riset kepuasan pelanggan ideal dapat menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Sesuai Permen PANRB No 14/2017 (sebelumnya Permen PAN No. 16/2014) tentang Pedoman Survei Kepuasan terhadap Penyelenggara Pelayanan Publik, semua unit pelayanan instansi pemerintah baik yang langsung maupun tidak langsung memberikan pelayanan kepada masyarakat, wajib melakukan survei kepuasan masyarakat secara berkala minimal 1 (satu) kali setahun. Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat merupakan suatu keharusan bagi administrasi penyelenggara layanan kepada masyarakat secara umum. Berdasarkan Keputusan Menteri PANRB tersebut, maka unit layanan publik terkait dalam hal ini, dalam lingkungan Dirjen Pajak, berkewajiban untuk menyusun Indeks Kepuasan Masyarakat.

Indeks Kepuasan Masyarakat diperlukan untuk mengetahui perkembangan kinerja unit pelayanan di dalam Instansi Pemerintah. Dengan Indeks Kepuasan Masyarakat ini Instansi Pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, memiliki alat kendali yang memadai untuk mengetahui aspirasi yang berkembang di masyarakat, khususnya masyarakat pengguna jasa dari Direktorat Jenderal Pajak. Para pemangku kepentingan menyadari sepenuhnya bahwa pelayanan publik oleh aparatur Pemerintah, dewasa ini masih banyak kelemahannya. Oleh karena itu, secara umum, pelayanan publik oleh aparatur Pemerintah dirasakan masih belum dapat memenuhi harapan konsumennya. Diharapkan dengan melakukan evaluasi berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat, kelemahan yang ada dapat diperbaiki menjadi suatu nilai tambah atau kekuatan Direktorat Jenderal Pajak.

Berdasarkan lampiran Peraturan Menteri PAN-RB No. 14 Tahun 2017, ada 9 (sembilan) unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Syarat yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif.
- b. Tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan.
- c. Jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan.

- d. Tarif yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan/atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dengan masyarakat.
- e. Hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- f. Kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan pengalaman.
- g. Sikap petugas dalam memberikan pelayanan.
- h. Tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut.
- i. Fasilitas pelayanan utama dan pendukung yang dimiliki dan tersedia pada Unit Pelayanan.

Beberapa hal mengenai pengertian, metode, teknis, hingga pelaporan yang ditentukan dalam Peraturan Menteri PAN-RB No. 14 Tahun 2017, adalah sebagai berikut.

- o Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) adalah kegiatan pengukuran secara komprehensif tentang tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik.
- o Indeks Kepuasan Masyarakat adalah hasil pengukuran dari kegiatan Survei Kepuasan Masyarakat berupa angka. Angka ditetapkan dengan skala 1 (satu) sampai dengan 4 (empat).

Berdasarkan Permen PANRB ini pula, hasil atas survei kepuasan masyarakat tidak harus disajikan dalam bentuk skor/angka absolut, tetapi dapat pula disajikan dalam bentuk kualitatif (baik atau buruk). Hal yang menjadi perhatian utama atas hasil survei tersebut adalah harus ada saran perbaikan dari pemberi layanan yang disurvei terhadap peningkatan kualitas layanan. Hasil survei kepuasan masyarakat wajib diinformasikan kepada publik termasuk metode survei. Penyampaian hasil survei kepuasan masyarakat dapat disampaikan melalui media masa, situs resmi, atau bahkan melalui media sosial. Dalam menilai kepuasan Wajib Pajak terhadap layanan di Kantor Pajak Pratama (KPP), aspek pengukuran kepuasan dikelompokkan menjadi 4 (empat), yakni:

1. Akses Informasi;
2. Sumber Daya Manusia (SDM);

3. *Standard Operating Procedure (SOP)*; dan
4. Fasilitas.

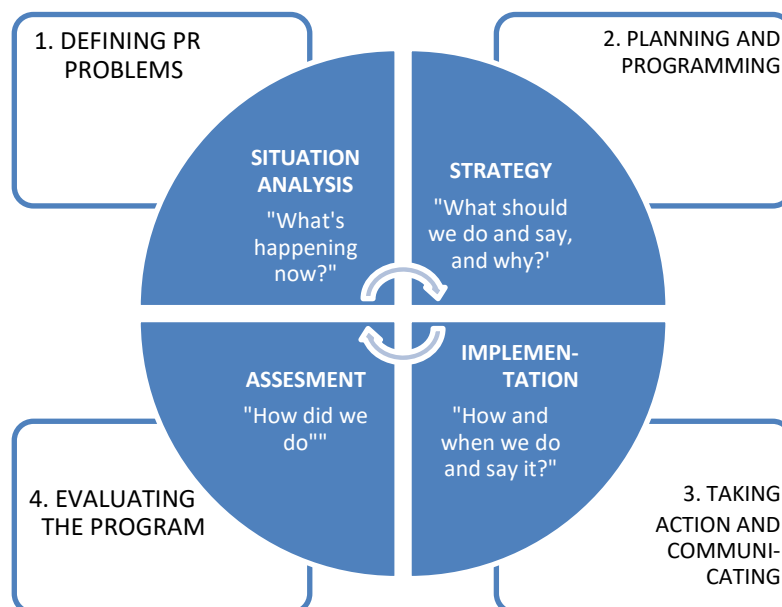
2. 1. 3. EFEKTIVITAS PENYULUHAN DAN KEHUMASAN

“You cannot practice public relations today – successfully or effectively without research”

Cutlip, Center, Broom (2006). *Effective Public Relations* (9th edition), Pearson Practice Hill

Menurut Cutlip, Centre, dan Canfield (2006), salah satu fungsi Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta peran dari badan/organisasasi kepada publiknya maupun sebaliknya, yang bertujuan untuk mencapai citra positif bagi kedua belah pihak. Untuk mencapai tujuan tersebut, Mereka menekankan perlunya menjalankan Empat-Langkah Proses Humas supaya fungsi Humas berjalan sistematis, efektif, dan terukur. Empat-Langkah Proses Humas dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Gambar II. 2. *The Four-Step of PR Process*



1. Tahap Pertama: Mendefinisikan/Pemetaan permasalahan. Kegiatan Humas pada tahap ini berupa kegiatan menggali dan memantau pemahaman dan pengetahuan, opini, sikap, dan keyakinan publik yang peduli terhadap KPK maupun publik yang

terdampak oleh kegiatan dan kebijakan KPK – dengan melakukan riset dan upaya pencarian fakta.

2. Tahap Kedua: Perencanaan dan Membuat Program Kerja. Kegiatan pada tahap kedua dilakukan dengan membawa hasil riset dan fakta-fakta yang telah diketahui pada kegiatan di tahap pertama ke dalam kebijakan dan program kerja Humas KPK.
3. Tahap Ketiga: Menjalankan Program Kerja dan Melakukan Kegiatan Komunikasi. Kegiatan ini yaitu mengimplementasikan rencana dan program kerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
4. Tahap Keempat: Mengevaluasi Program. Kegiatan ini berupa memastikan hasil yang diinginkan terlaksana sekaligus menilai efektivitas persiapan dan implementasi program Humas.

Empat-Tahap Proses Humas merupakan siklus yang terus-menerus berulang, dan setiap tahap sama penting kedudukannya dalam keseluruhan proses.

Berdasarkan Teori Empat Tahap Proses Humas di atas dapat dilihat bahwa kegiatan survei ini berada pada tahap keempat dari Teori Empat-Tahap Proses Humas, yaitu mengevaluasi efektivitas penyuluhan dan kehumasan yang dijalankan oleh DJP.

a. Model Pengukuran Efektivitas

Sejumlah model riset pengukuran evaluasi dan efektivitas humas telah dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana dan kapan mengaplikasikan riset evaluasi humas. Terdapat empat model pengukuran efektivitas humas yang dikenal dan diterima secara luas di dunia. Keempat model itu adalah:

1. *The PII Model* (1985) yang dikembangkan oleh Cutlip dkk.;
2. *The Macro Model of PR Evaluation* (1992), atau dinamakan *the Pyramid Model of PR Research* (1999) yang dikembangkan oleh Jim Mac Namara;
3. *The PR 'Effectiveness Yardstick' Model* (1993) yang dikembangkan oleh Dr Walter Lindenmann;
4. *The Unified Evaluation Model* (1999) dari Paul Noble dan Tom Watson.

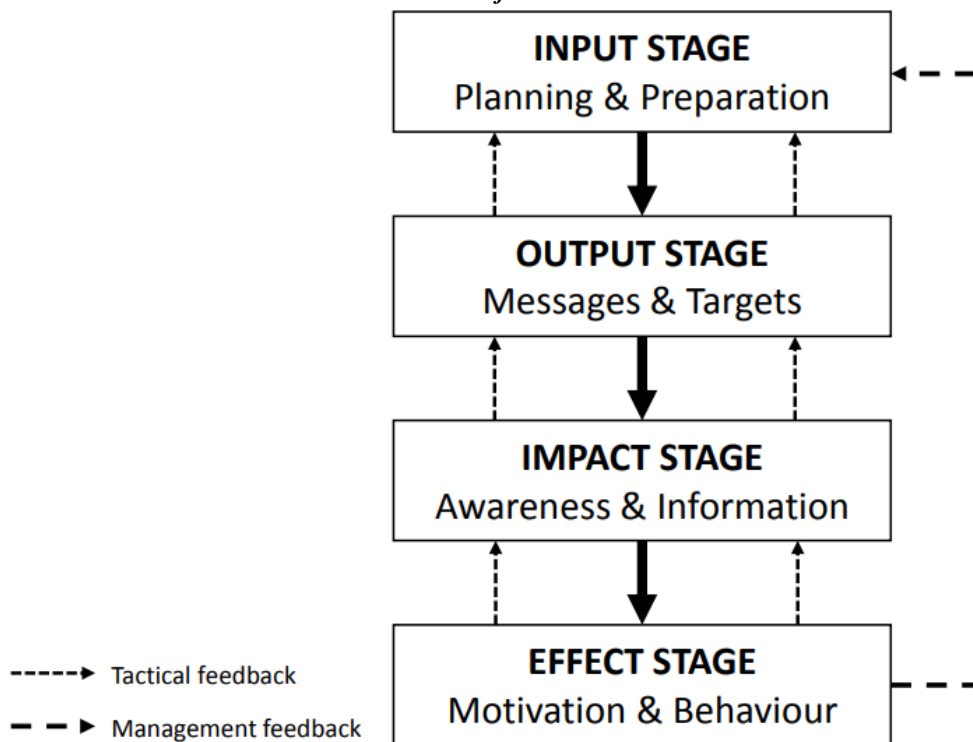
Berdasarkan empat model evaluasi humas di atas, survei pengukuran efektivitas penyuluhan dan kehumasan ini akan menggunakan pendekatan model evaluasi terpadu dari Noble and Watson. ***Unified Evaluation Model*** dipilih karena memberikan pendekatan yang

lebih komprehensif dan lebih sederhana tentang bagaimana mengevaluasi efektivitas program kehumasan.

- Model Evaluasi Terpadu (*Unified Evaluation Model*)

Berdasarkan model-model pengukuran evaluasi humas, Paul Noble dan Tom Watson kemudian mengembangkan Model Evaluasi Terpadu. Mereka berupaya mengombinasikan hal-hal terbaik yang ada pada setiap model, kemudian membangun sebuah model baru yang memiliki pendekatan riset yang definitif. Pada model ini, Noble dan Watson memilih menyebut setiap tahapan evaluasi menjadi *Input*, *Output*, *Impact* dan *Effect*.

Gambar II. 3. *Unified Evaluation Model*



2. 2. DESAIN PENELITIAN DAN SAMPEL RESPONDEN

Penelitian ini dirancang untuk menghasilkan data yang akurat dan relevan dalam menjawab kebutuhan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Khususnya terkait pengukuran kepuasan pelayanan, efektivitas penyuluhan, dan kehumasan. Mengingat bahwa survei kepuasan DJP telah dilakukan secara berkala dalam jangka waktu yang cukup lama, pendekatan dalam penelitian ini lebih diarahkan pada penyempurnaan aspek teknis pelaksanaan survei.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Survei dilakukan dengan sistem pengisian mandiri (*self-assessment*) oleh responden yang telah ditentukan, menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun untuk menggali data secara sistematis. Untuk melengkapi dan memperkaya informasi yang diperoleh, kuesioner juga memuat pertanyaan terbuka yang bersifat kualitatif, untuk menangkap opini dan masukan langsung dari responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode *web-based survey*, yaitu pengisian kuesioner secara daring melalui *website*. Dirancang dengan tampilan *mobile responsive* agar dapat diakses dengan mudah melalui perangkat ponsel maupun komputer. Tautan kuesioner disebarkan kepada responden melalui *WhatsApp Business API* Centang Biru DJP, sebagai kanal komunikasi resmi DJP. Penyebaran dilakukan menggunakan layanan *WA blast*, dengan biaya langganan yang telah disiapkan sebelumnya. Selain *WhatsApp*, DJP juga dapat menggunakan kanal digital lainnya yang telah disetujui sebagai sarana pemberitahuan dan komunikasi kepada responden terkait pelaksanaan survei.

Pelaksanaan survei mencakup seluruh wilayah kerja DJP, meliputi 34 Kantor Wilayah (Kanwil) dan 352 Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Responden dalam survei ini terdiri atas dua kategori utama, yaitu responden pelayanan (pengguna layanan di KPP) dan responden penyuluhan (peserta kegiatan edukasi/perlakuan oleh DJP) yang tersebar secara proporsional.

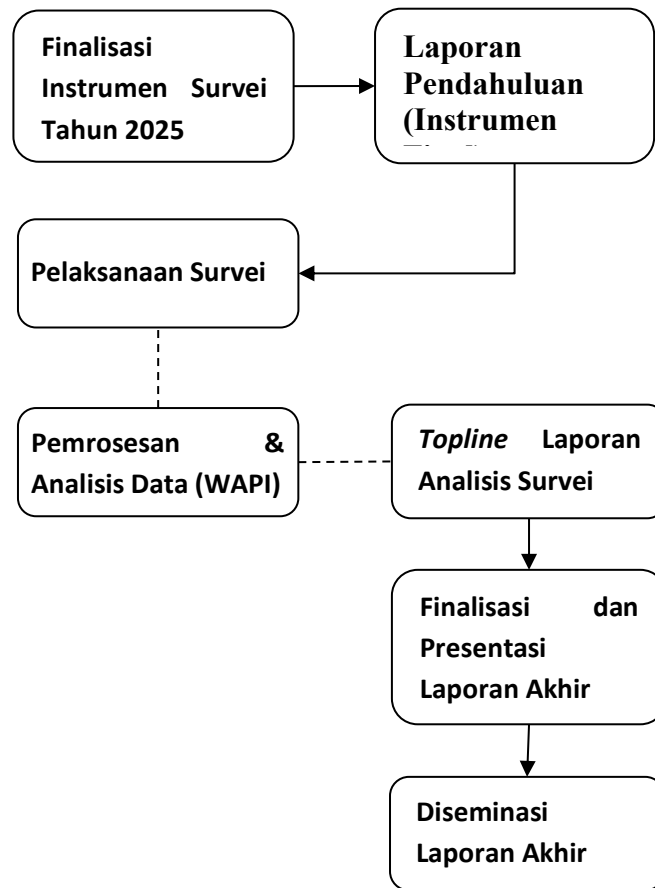
Responden yang menjadi target sampel adalah Wajib Pajak yang terdaftar di KPP dan pernah mendapatkan layanan di Kantor Pelayanan Pajak, baik melalui tatap muka langsung maupun dalam jaringan (*online*). Metodologi pengambilan sampel responden Wajib Pajak dilakukan dengan secara acak terhadap Wajib Pajak yang terdaftar di KPP. Tabel di bawah ini menunjukkan capaian sampel yang akan digunakan dalam analisa laporan ini.

Tabel II. 1. Komposisi Sampel Responden Wajib Pajak

No.	KANWIL	Jumlah KPP Tiap Kanwil	Pelayanan	Penyuluhan	Total
1	Kanwil DJP Aceh	8	524	474	998
2	Kanwil DJP Bali	8	505	472	977
3	Kanwil DJP Banten	12	799	709	1,508
4	Kanwil DJP Bengkulu dan Lampung	9	521	493	1,014
5	Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta	5	276	279	555
6	Kanwil DJP Jakarta Barat	11	627	590	1,217
7	Kanwil DJP Jakarta Khusus	9	506	435	941
8	Kanwil DJP Jakarta Pusat	16	973	933	1,906
9	Kanwil DJP Jakarta Selatan I	8	508	474	982
10	Kanwil DJP Jakarta Selatan II	9	554	552	1,106
11	Kanwil DJP Jakarta Timur	9	498	513	1,011
12	Kanwil DJP Jakarta Utara	8	445	433	878
13	Kanwil DJP Jawa Barat I	16	1,007	911	1,918
14	Kanwil DJP Jawa Barat II	11	604	580	1,184
15	Kanwil DJP Jawa Barat III	11	694	669	1,363
16	Kanwil DJP Jawa Tengah I	17	1,037	1,001	2,038
17	Kanwil DJP Jawa Tengah II	12	786	713	1,499
18	Kanwil DJP Jawa Timur I	13	752	747	1,499
19	Kanwil DJP Jawa Timur II	16	974	991	1,965
20	Kanwil DJP Jawa Timur III	15	932	997	1,929
21	Kanwil DJP Kalimantan Barat	7	483	441	924
22	Kanwil DJP Kalimantan Selatan dan Tengah	10	579	584	1,163
23	Kanwil DJP Kalimantan Timur dan Utara	10	582	547	1,129
24	Kanwil DJP Kepulauan Riau	6	326	334	660
25	Kanwil DJP Nusa Tenggara	11	707	647	1,354
26	Kanwil DJP Papua, Papua Barat, dan Maluku	7	480	475	955
27	Kanwil DJP Riau	8	489	444	933
28	Kanwil DJP Sulawesi Selatan, Barat, dan Tenggara	15	896	837	1,733
29	Kanwil DJP Sulawesi Utara, Tengah, Gorontalo, dan Maluku Utara	11	682	622	1,304
30	Kanwil DJP Sumatera Barat dan Jambi	10	605	607	1,212
31	Kanwil DJP Sumatera Selatan, dan Kepulauan Bangka Belitung	13	790	756	1,546
32	Kanwil DJP Sumatera Utara I	9	584	510	1,094
33	Kanwil DJP Sumatera Utara II	8	504	523	1,027
34	Kanwil DJP Wajib Pajak Besar	4	202	182	384
Base		352	21,431	20,475	41,906

Setelah pengumpulan data selesai dilaksanakan, data akan diproses terlebih dahulu supaya dapat dilakukan analisa secara komprehensif. Berikut adalah detail proses yang dilakukan untuk penelitian ini.

Gambar II. 4. Alur Metode Penelitian Survei Secara Umum

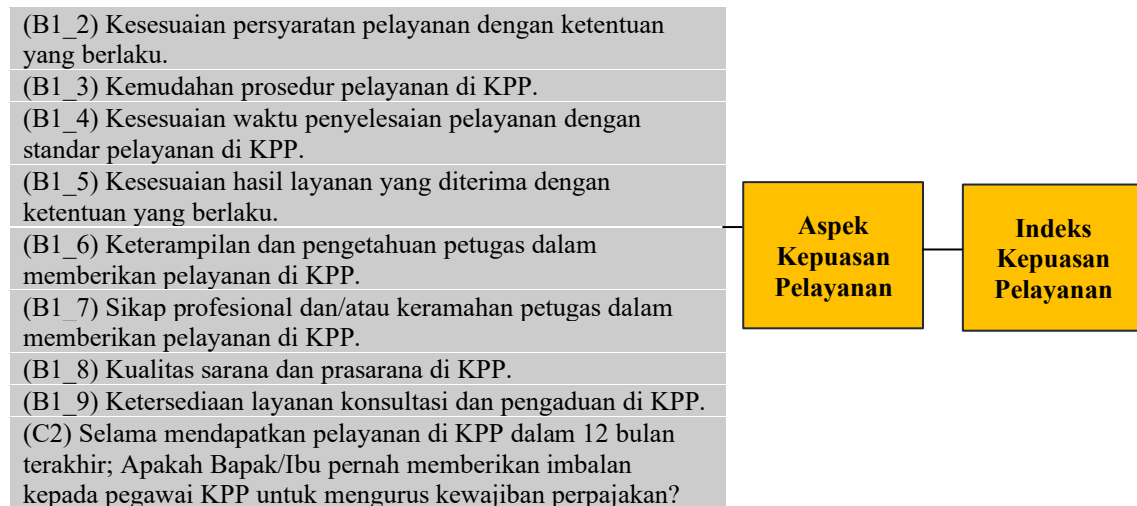


Adapun laporan hasil survei ini telah dikirimkan terlebih dahulu berupa rancangan awal (*draft*) dan telah dilakukan *review* oleh tim DJP. Tahap akhir dari proses ini berupa diseminasi atau penyampaian laporan akhir yang akan dipaparkan kepada tim DJP Pusat dan perwakilan KPP.

2. 3. ASPEK PEMBENTUK INDEKS

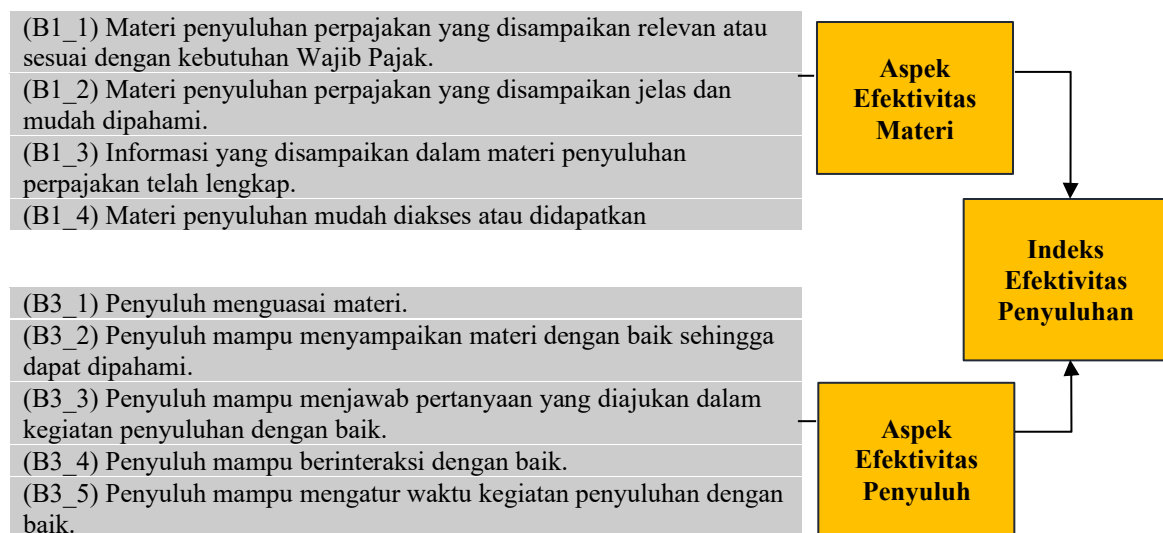
Indikator (variabel pembentuk indeks) dan metode pengukuran Indeks Kepuasan Pelayanan, Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan mengacu metodologi sebelumnya, agar ada kesinambungan dan ukuran indeks dapat diperbandingkan (*apple to apple*). Selain itu, dapat diberikan pengembangan analisis hasil survei yang lebih mendalam dan sesuai kebutuhan pihak DJP. Indeks kepuasan pelayanan perpajakan DJP dibentuk dari satu aspek kepuasan layanan, yakni aspek kepuasan layanan tatap muka. Aspek kepuasan layanan tatap muka didasarkan pada 9 unsur survei kepuasan masyarakat sesuai dengan Peraturan Menteri PANRB Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat.

Gambar II. 5. Unsur atau Aspek Pembentuk Indeks Kepuasan Pelayanan



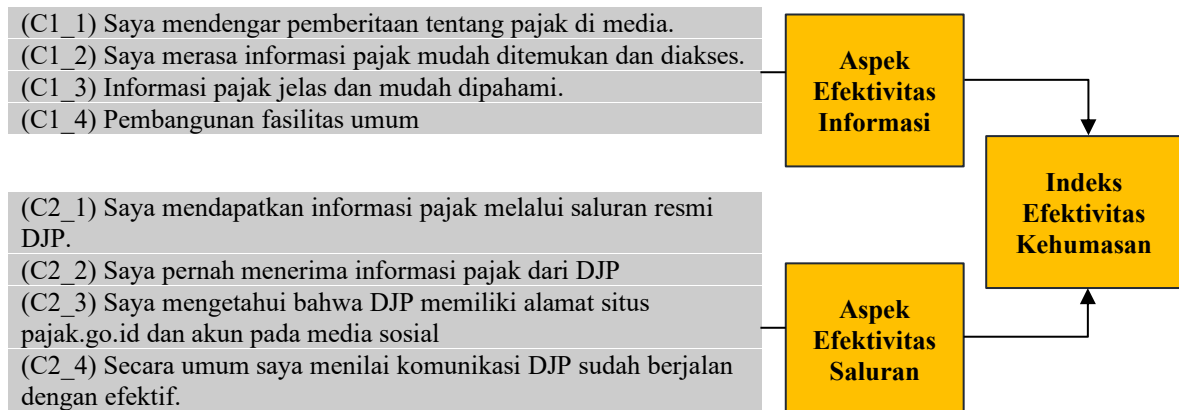
Indeks efektivitas penyuluhan perpajakan DJP dibentuk dari dua aspek efektivitas penyuluhan, yakni aspek efektivitas materi penyuluhan dan aspek efektivitas petugas penyuluhan. Terdapat 4 variabel pengukuran efektivitas pada aspek materi penyuluhan dan ada 5 variabel pengukuran efektivitas pada aspek petugas penyuluhan.

Gambar II. 6. Unsur atau Aspek Pembentuk Indeks Efektivitas Penyuluhan



Indeks efektivitas kehumasan dibentuk dari dua aspek efektivitas kehumasan, yakni aspek efektivitas komunikasi publik dan aspek efektivitas saluran komunikasi. Terdapat empat variabel pengukuran efektivitas pada aspek komunikasi publik dan ada empat variabel pengukuran efektivitas pada aspek saluran komunikasi.

Gambar II. 7. Unsur atau Aspek Pembentuk Indeks Efektivitas Kehumasan



- **SKALA INDEKS** dalam pengukuran tingkat penilaian responden digunakan *likert scale* genap seperti untuk pengukuran sikap dan persepsi, seperti skala *likert scale* (1 – 4) dan dapat dikonversi menggunakan skala 100. Skala dan interval konversi, serta keterangan nilai. Selanjutnya pengukuran dapat dibuat indeks untuk mempermudah analisa dan dapat dikonversi dalam skala 0 – 100 (Geoff Norman, Springer, 2010).

Berikut skala pengukuran persepsi dalam pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yaitu menggunakan skala satu sampai dengan empat, selanjutnya dikonversi menjadi indeks skala 100.

Gambar II. 8. Skala Tingkat Kesetujuan / Kualitas Kinerja / Kepuasan

<i>Likert Scale</i>	Keterangan
1	Tidak Setuju/ Tidak Penting/Tidak Puas
2	Kurang Setuju/ Kurang Penting/Kurang Puas
3	Setuju/ Penting/Puas
4	Sangat Setuju/ Sangat Penting/Sangat Puas

2. 4. KENDALA DAN SOLUSI

Dalam pelaksanaan survei DJP, terdapat sejumlah kendala yang memengaruhi capaian responden di lapangan. Salah satu permasalahan utama adalah menurunnya tingkat partisipasi responden. Pada beberapa lokasi, responden yang telah ditentukan tidak bersedia atau enggan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Faktor ini dapat dipengaruhi oleh kesibukan, kurangnya minat terhadap topik survei, atau persepsi bahwa survei tidak memberikan manfaat langsung. Hal tersebut menyebabkan jumlah data yang terkumpul mengalami penurunan dibandingkan dengan target awal.

Selain masalah partisipasi, validitas responden juga menjadi tantangan tersendiri. Pada beberapa kasus, terdapat responden yang tidak memenuhi kriteria sasaran penelitian. Misalnya, pengisian dilakukan bukan oleh pihak yang tepat, atau terjadi pengisian ganda dari individu yang sama. Kondisi ini menyebabkan sebagian data harus dieliminasi karena tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

Kendala lain yang muncul adalah kualitas pengisian kuesioner. Sebagian responden tidak menjawab seluruh pertanyaan atau memberikan jawaban yang tidak konsisten. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya pemahaman atas instrumen survei, rendahnya tingkat literasi, atau kecenderungan mengisi secara terburu-buru. Data semacam ini perlu melalui proses verifikasi lebih lanjut untuk memastikan keabsahannya.

Di sisi lain, muncul keraguan responden untuk mengisi kuesioner berbasis tautan daring. Kekhawatiran timbul disebabkan oleh maraknya tautan palsu yang beredar. Sehingga menimbulkan rasa takut terkait potensi penyalahgunaan data pribadi. Situasi tersebut menambah tantangan dalam pengumpulan data, terutama pada survei yang sangat bergantung pada distribusi instrumen melalui media digital.

Terkait kendala-kendala tersebut, maka terdapat beberapa hal yang dilakukan untuk memastikan pengumpulan data berjalan sesuai dengan rencana, antara lain:

1. Mengirimkan *Reminder* Kepada Para Calon Responden

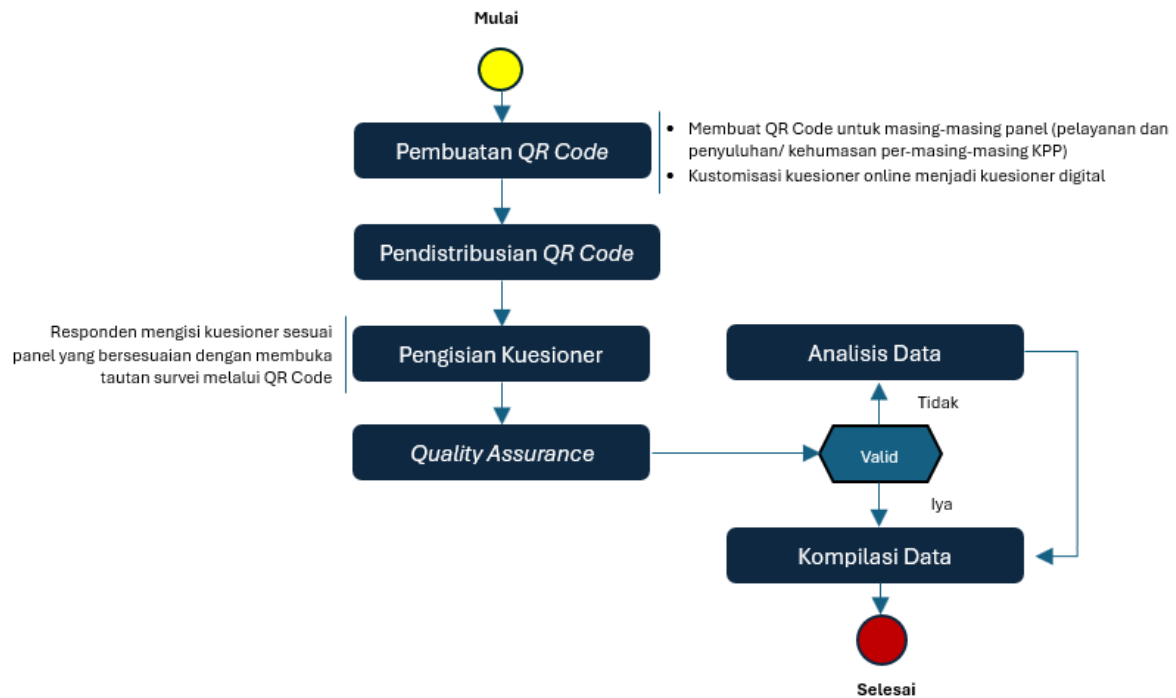
Proses *reminder* atau mengingatkan kembali dilakukan kepada data calon responden yang telah membuka dan membaca pesan namun belum mengisi tautan.

2. Melakukan *Mixed-Method Survey*

Dengan adanya keterbatasan waktu pencapaian target pengumpulan data, perlu dilakukan *mixed-method survey* untuk mempercepat proses pengumpulan data. Cara yang dilakukan adalah dengan mendatangi calon responden yang sedang mengunjungi Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Kemudian meminta Wajib Pajak melakukan *scan* terhadap *unique barcode* yang telah disediakan di setiap Kantor Pelayanan Pajak.

Dalam upaya menjaga objektivitas jawaban, calon responden melakukan pengisian jawaban secara mandiri. Adapun alur pengambilan sampel dengan menggunakan QR Code, digambarkan pada bagan berikut.

Gambar II. 9. Alur Pengambilan Sampel dengan QR Code



3. Menentukan Prioritas *Reminder* Berdasarkan Kekurangan Target Per Kanwil

Dalam upaya mendorong pencapaian target di setiap Kanwil, dilakukan pemetaan dan penentuan prioritas. Selanjutnya, *blast reminder* difokuskan pada Kanwil yang masih mengalami kekurangan target. Dengan adanya prioritas ini, target pencapaian bisa lebih terarah dan lebih efisien.

2. 5. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

Dalam penelitian, akurasi dan konsistensi pengukuran sangat penting untuk memperoleh hasil yang dapat dipercaya. Instrumen yang digunakan perlu memiliki validitas dan reliabilitas. Validitas menunjukkan sejauh mana kuesioner, tes, atau survei mampu mengukur sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang valid akan lebih akurat dan relevan dengan fenomena yang diteliti. Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran. Instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang sama ketika digunakan berulang kali dalam kondisi serupa. Dengan demikian, validitas menjamin ketepatan data, sedangkan reliabilitas memastikan konsistensinya.

Setelah proses pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah melakukan uji validitas dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) melalui perhitungan

Cronbach's Alpha. Rangkaian uji bertujuan untuk memastikan instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang sahih dan konsisten sebelum dianalisis lebih lanjut. Perhitungan validitas menjadi dasar penting agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Setelah instrumen dinyatakan valid, data kemudian diolah dan disiapkan untuk dipublikasikan. Adapun hasil perhitungan validitas disajikan sebagai berikut.

2. 5. 1. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INDIKATOR KEPUASAN PELAYANAN

Validitas menunjukkan kemampuan indikator dalam mengukur aspek yang dituju, sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran. Hasil uji terhadap indikator kepuasan pelayanan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel II. 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Indikator Kepuasan Pelayanan

Indikator	n	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R Tabel	Validitas	Reliabilitas
Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanan di KPP	21,431	0.840	0.913	0.013	Valid	Reliabel
Kemudahan prosedur pelayanan di KPP		0.849	0.912		Valid	Reliabel
Kesesuaian waktu penyelesaian pelayanan dengan standar pelayanan di KPP		0.855	0.912		Valid	Reliabel
Kesesuaian hasil layanan yang diterima dengan ketentuan yang berlaku		0.865	0.911		Valid	Reliabel
Keterampilan dan pengetahuan petugas dalam memberikan pelayanan di KPP		0.841	0.913		Valid	Reliabel
Sikap profesional dan/atau keramahan petugas dalam memberikan pelayanan di KPP		0.815	0.914		Valid	Reliabel
Kualitas sarana dan prasarana di KPP		0.785	0.916		Valid	Reliabel
Ketersediaan layanan konsultasi dan pengaduan di KPP		0.477	0.933		Valid	Reliabel
Selama mendapatkan pelayanan di KPP dalam 12 bulan terakhir, Apakah		0.064	0.942		Valid	Reliabel

Indikator	n	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R Tabel	Validitas	Reliabilitas
Bapak/Ibu pernah memberikan imbalan kepada pegawai KPP untuk mengurus kewajiban perpajakan?						

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator kepuasan pelayanan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas *R Tabel* (0.013). Dengan demikian, semua indikator dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted pada setiap indikator juga berada di atas batas minimum reliabilitas. Hal ini membuktikan bahwa instrumen penelitian konsisten. Secara keseluruhan, indikator kepuasan pelayanan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

2. 5. 2. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INDIKATOR EFEKTIVITAS PENYULUHAN

Validitas menunjukkan kemampuan indikator dalam mengukur aspek yang dituju, sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran. Hasil uji terhadap indikator efektivitas penyuluhan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel II. 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Indikator Efektivitas Penyuluhan

Indikator	n	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R Tabel	Validitas	Reliabilitas
Materi penyuluhan perpajakan yang disampaikan relevan atau sesuai dengan kebutuhan Wajib Pajak	20,475	0.853	0.971	0.013	Valid	Reliabel
Materi penyuluhan perpajakan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami		0.881	0.970		Valid	Reliabel
Informasi yang disampaikan dalam materi penyuluhan perpajakan telah lengkap		0.872	0.970		Valid	Reliabel
Materi penyuluhan mudah diakses atau didapatkan		0.854	0.971		Valid	Reliabel
Penyuluh menguasai materi		0.890	0.969		Valid	Reliabel
Penyuluh mampu menyampaikan materi dengan baik sehingga dapat dipahami		0.904	0.969		Valid	Reliabel

Indikator	n	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R Tabel	Validitas	Reliabilitas
Penyuluh mampu menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kegiatan penyuluhan dengan baik		0.903	0.969		Valid	Reliabel
Penyuluh mampu berinteraksi dengan baik		0.891	0.969		Valid	Reliabel
Penyuluh mampu mengatur waktu kegiatan penyuluhan dengan baik		0.896	0.969		Valid	Reliabel

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator efektivitas penyuluhan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari *R Tabel* (0.013). Oleh karena itu, seluruh indikator dinyatakan valid. Nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* pada masing-masing indikator juga melampaui batas minimum reliabilitas. Temuan ini membuktikan bahwa instrumen penelitian bersifat konsisten. Secara keseluruhan, indikator efektivitas penyuluhan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

2.5.3. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INDIKATOR EFEKTIVITAS KEHUMASAN

Validitas menunjukkan kemampuan indikator dalam mengukur aspek yang dituju, sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran. Hasil uji terhadap indikator efektivitas kehumasan disajikan pada tabel berikut.

Tabel II. 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Indikator Efektivitas Kehumasan

Indikator	n	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R Tabel	Validitas	Reliabilitas
Saya mendengar pemberitaan tentang pajak di media.	20,475	0.838	0.956	0.013	Valid	Reliabel
Saya merasa informasi pajak mudah ditemukan dan diakses.		0.881	0.954		Valid	Reliabel
Informasi pajak jelas dan mudah dipahami.		0.869	0.955		Valid	Reliabel
Pembangunan fasilitas umum (jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit, dsb) didanai pajak.		0.772	0.960		Valid	Reliabel

Indikator	n	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	R Tabel	Validitas	Reliabilitas
Saya mendapatkan informasi pajak melalui saluran resmi DJP.		0.868	0.955		Valid	Reliabel
Saya pernah menerima informasi pajak dari DJP (surat, email, SMS/WA, situs pajak.go.id, media sosial).		0.844	0.956		Valid	Reliabel
Saya mengetahui DJP memiliki situs pajak.go.id dan akun media sosial (FB, Twitter/X, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn).		0.853	0.956		Valid	Reliabel
Secara umum saya menilai komunikasi DJP sudah berjalan dengan efektif.		0.880	0.954		Valid	Reliabel

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada indikator komunikasi perpajakan menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari R tabel (0.013). Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing indikator konsisten berada di atas 0.76, yang menegaskan bahwa instrumen bersifat reliabel.

2. 6. PROFIL DEMOGRAFI RESPONDEN PELAYANAN DAN PENYULUHAN

Berikut adalah profil demografi responden survei yang terdiri dari berbagai kategori Wajib Pajak, kategori jenis kelamin, kategori umur, dan kategori usia. Adapun profil responden tersebut disajikan berdasarkan keseluruhan responden, responden untuk survei pelayanan dan responden untuk survei penyuluhan dan kehumasan.

Tabel II. 5. Profil Responden Pelayanan dan Penyuluhan dan Kehumasan

Profil Demografi Responden			
	Total	Pelayanan	Penyuluhan
Basis	113	62	51
Kategori Wajib Pajak			
Pribadi/Perorangan	31.0%	32.3%	29.4%
Badan/Perusahaan	69.0%	67.7%	70.6%
Instansi Pemerintah	0.0%	0.0%	0.0%
Kategori Jenis Kelamin			
Laki-laki	44.2%	53.2%	33.3%
Perempuan	55.8%	46.8%	66.7%

Profil Demografi Responden			
	Total	Pelayanan	Penyuluhan
Kategori Umur			
16 - 25 Tahun	14.2%	16.1%	11.8%
26 - 35 Tahun	31.0%	27.4%	35.3%
36 - 45 Tahun	23.0%	27.4%	17.6%
46 - 55 Tahun	23.0%	22.6%	22.6%
56 - 65 Tahun	7.1%	3.2%	11.8%
Di atas 65 Tahun	1.8%	3.2%	0.0%
Kategori Pendidikan			
s.d SMA/Sederajat	15.0%	24.2%	3.9%
Diploma (D1/D3)	18.6%	24.2%	78.4%
Sarjana (D4/S1)	60.2%	45.2%	78.4%
Magister/S2/S3	6.2%	6.5%	5.9%

Berdasarkan data hasil demografi responden di KPP Madya Bandung menunjukkan bahwa, Wajib Pajak perorangan pada pelayanan yakni 32.3%, sedangkan penyuluhan 29.4%. Wajib Pajak Badan/ Perusahaan pada pelayanan dan penyuluhan masing-masing terdapat 67.7% dan 70.6%. Sedangkan, Wajib Pajak Instansi Pemerintah terdapat 0.0% dari pelayanan, dan 0.0% dari penyuluhan. Dari sisi jenis kelamin, responden laki-laki terdapat 53.2% dari Pelayanan dan 33.3% dari penyuluhan. Sementara itu, perempuan mencapai 46.8% yang mengakses pelayanan, serta 66.7% yang mengikuti penyuluhan.

Berdasarkan kelompok umur, Wajib Pajak yang melakukan pelayanan yakni, kategori 16–25 tahun (16.1%), 26–35 tahun (27.4%), 36-45 tahun (27.4%), 46-55 tahun (22.6%), 56-65 tahun (3.2%), dan di atas 65 tahun (3.2%). Di sisi lain, Wajib Pajak yang mengikuti penyuluhan yakni, 16–25 tahun (11.8%), 26–35 tahun (35.3%), 36-45 tahun (17.6%), 46-55 tahun (23.5%), 56-65 tahun (11.8%), dan di atas 65 tahun (0.0%).

Dari sisi pendidikan, Wajib Pajak memiliki tingkat pendidikan SMA/ sederajat yang menggunakan pelayanan (24.2%) dan yang mengikuti penyuluhan (3.9%). Sedangkan, tingkat pendidikan Diploma/D1/D3 mencapai 24.2% pada pelayanan dan 11.8% pada penyuluhan. Partisipasi Wajib Pajak dengan pendidikan Sarjana/D4/S1 sejumlah 45.2% pada pelayanan dan 78.4% pada penyuluhan. Di tingkat pendidikan Magister/S2/S3 yang menggunakan pelayanan sejumlah 6.5%, dan mengikuti penyuluhan sejumlah 5.9%.

Secara keseluruhan, profil demografi menunjukkan bahwa survei mencakup beragam kategori Wajib Pajak, dengan dominasi perorangan usia produktif dan latar belakang pendidikan sarjana, serta adanya perbedaan fokus responden antara layanan, penyuluhan,

dan kehumasan. Data ini memberikan dasar untuk menyesuaikan strategi komunikasi, materi penyuluhan, dan kanal layanan agar lebih tepat sasaran.

Tabel II. 6. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Total	Pelayanan	Penyuluhan
Pribadi/perorangan	35	20	15
<= 4 juta	42.9%	60.0%	20.0%
Antara 4,01 - 6 juta	34.3%	20.0%	53.3%
Antara 6,01 - 10 juta	14.3%	10.0%	20.0%
> 10 juta	8.6%	10.0%	6.7%
Tidak menjawab	0.0%	0.0%	0.0%

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh KPP Madya Bandung, Wajib Pajak dengan pendapatan kurang dari 4 juta rupiah sebesar 60.0% pada pelayanan, dan 20.0% pada penyuluhan. Responden dengan pendapatan antara 4,01 juta rupiah hingga 6 juta rupiah berjumlah 20.0% di pelayanan dan 53.3% di penyuluhan.

Selanjutnya, Wajib Pajak dengan pendapatan antara 6,01 juta rupiah hingga 10 juta rupiah tercatat 10.0% di pelayanan dan 20.0% di penyuluhan. Wajib Pajak dengan pendapatan lebih dari 10 juta rupiah tercatat 10.0% di pelayanan dan 6.7% di penyuluhan. Adapun responden yang tidak memberikan informasi terkait pendapatannya berjumlah 0.0% pada layanan dan 0.0% pada penyuluhan. Data ini dapat menjadi dasar untuk menyesuaikan strategi penyampaian materi dan kanal layanan agar efektif menjangkau seluruh lapisan Wajib Pajak.



BAB III

HASIL SURVEI

BAB III. HASIL SURVEI

3.1. INDEKS KEPUASAN PELAYANAN DAN EFEKTIVITAS PENYULUHAN KPP

Pengukuran indeks dilakukan pada seluruh KPP untuk menilai kinerja pelayanan, penyuluhan, dan kehumasan. Hasil pengukuran ini mencakup aspek materi, petugas, serta saluran publikasi yang kemudian dirangkum dalam nilai Indikator Kinerja Utama (IKU). Nilai indeks masing-masing KPP pada tahun 2025 disajikan dalam tabel berikut.

Tabel III. 1. Indeks KPP Kepuasan Pelayanan, dan Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan

KPP Madya Bandung	
IKU KPP	84.83
Pelayanan	86.36
Penyuluhan	83.30
a. Materi	82.66
b. Penyuluh	83.82

Kinerja KPP Madya Bandung pada tahun 2025 menunjukkan nilai Indeks Kinerja Utama (IKU) sebesar 84.83. Angka tersebut merefleksikan capaian rata-rata yang tinggi pada aspek pelayanan dan penyuluhan. Indeks kepuasan pelayanan mencapai 86.36, menunjukkan kualitas layanan yang sangat baik. Pada aspek penyuluhan, atribut materi memperoleh nilai indeks 82.66, sedangkan atribut petugas yaitu 83.82. Efektivitas penyuluhan keseluruhan sebesar 83.30 yang tergolong efektif.

Secara keseluruhan, KPP Madya Bandung menunjukkan kinerja yang baik di seluruh aspek dengan tingkat kepuasan dan efektivitas yang tinggi. Namun, masih terdapat ruang perbaikan pelayanan, penyuluhan, dan kehumasan yang dapat dilakukan.

3.2. KEPUASAN PELAYANAN PERPAJAKAN

Indeks Kepuasan Pelayanan terdiri dari berbagai atribut yang menjadi unsur pembentuknya. Dalam memahami aspek-aspek dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai area pelayanan yang sudah memuaskan, maupun yang memiliki potensi untuk

ditingkatkan. Tingkat kepuasan terhadap masing-masing unsur pembentuk indeks layanan dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar III. 1. Indeks Kepuasan Pelayanan Berdasarkan Atribut

Kesesuaian persyaratan pelayanan dengan ketentuan yang berlaku.	85.26
Kemudahan prosedur pelayanan di KPP.	83.21
Kesesuaian waktu penyelesaian pelayanan dengan standar pelayanan di KPP.	82.13
Kesesuaian hasil layanan yang diterima dengan ketentuan yang berlaku.	83.31
Keterampilan dan pengetahuan petugas dalam memberikan pelayanan di KPP.	83.21
Sikap profesional dan/atau keramahan petugas dalam memberikan pelayanan di KPP.	85.47
Kualitas sarana dan prasarana di KPP.	82.44
Ketersediaan layanan konsultasi dan pengaduan di KPP.	92.23
Tidak pernah mengeluarkan biaya atau memberikan imbalan kepada pihak KPP.	100.00



**Indeks
86.36**

Berdasarkan hasil survei, indeks pelayanan di KPP Madya Bandung tahun 2025 tercatat sebesar 86.36, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Atribut dengan nilai indeks tertinggi terdapat pada Ketersediaan layanan konsultasi dan pengaduan di KPP, yaitu 92.23. Sedangkan nilai terendah terdapat pada atribut Kesesuaian waktu penyelesaian pelayanan dengan standar pelayanan di KPP, sebesar 82.13. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan di KPP Madya Bandung sudah baik dan relatif seimbang di setiap atributnya. Namun, masih terdapat ruang perbaikan terutama pada atribut Kesesuaian waktu penyelesaian pelayanan dengan standar pelayanan di KPP agar hasil pelayanan semakin optimal dan konsisten dengan ketentuan yang berlaku.

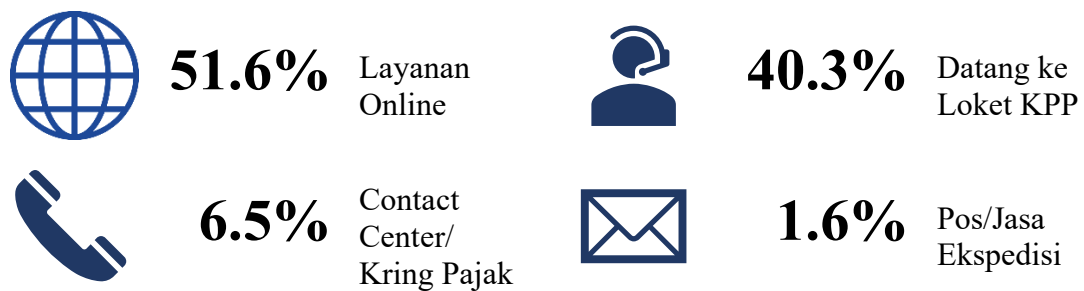
Tabel III. 2. Jenis Pelayanan yang Diikuti Wajib Pajak

Jenis Pelayanan yang Diikuti Responden	
Pendaftaran NPWP	32.3%
Perubahan Data	24.2%
Pendaftaran/perpanjang sertifikat elektronik (sertel)	12.9%
Pengiriman surat jawaban/tanggapan	12.9%
Cetak kartu NPWP	6.5%

Berdasarkan hasil survei di KPP Madya Bandung, Wajib Pajak memanfaatkan layanan Pendaftaran NPWP sebesar 32.3%. Proporsi tersebut menunjukkan bahwa interaksi Wajib

Pajak dengan KPP masih berfokus pada tahap awal administrasi perpajakan. Selain itu, layanan Perubahan Data mencapai 24.2%. Menegaskan terdapat dinamika dalam administrasi perpajakan, khususnya pada Wajib Pajak yang sudah terdaftar dan perlu melakukan penyesuaian identitas, maupun informasi usahanya. Layanan ini menjadi indikasi bahwa sebagian Wajib Pajak telah memasuki tahap lanjutan dalam proses administrasi. Sementara, layanan Pendaftaran/perpanjang sertifikat elektronik (sertel) tercatat 12.9%, Pengiriman surat jawaban/tanggapan 12.9%, dan Cetak kartu NPWP 6.5%. Meskipun porsinya relatif kecil, layanan tersebut tetap mencerminkan keberagaman kebutuhan Wajib Pajak.

Gambar III. 2. Preferensi Kanal Pelayanan



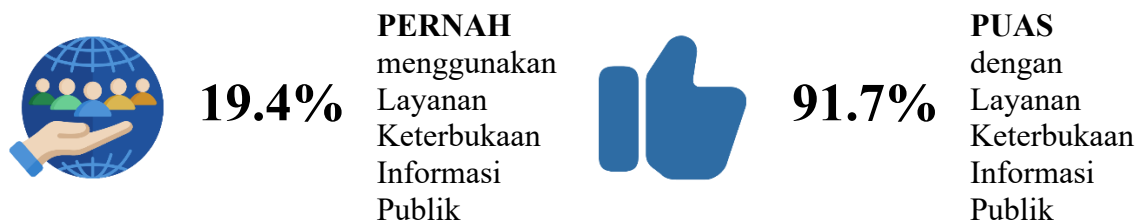
Berdasarkan hasil survei preferensi kanal layanan menunjukkan bahwa, mayoritas Wajib Pajak di KPP Madya Bandung memanfaatkan layanan *online* sebesar 51.6%. Menandakan pergeseran menuju digitalisasi pelayanan pajak. Meskipun demikian, 40.3% responden masih memilih datang langsung ke loket KPP. Mengindikasikan bahwa kebutuhan akan interaksi tatap muka masih relatif tinggi dan belum sepenuhnya tergantikan oleh kanal daring.

Sedangkan, penggunaan Contact Center/Kring Pajak tercatat sebesar 6.5%. Sedangkan Pos atau jasa ekspedisi 1.6%. Kondisi ini memperlihatkan bahwa, dua kanal tersebut belum menjadi pilihan utama Wajib Pajak. Pola distribusi ini menegaskan bahwa transformasi digital telah memperoleh penerimaan luas. Namun, keberadaan layanan tatap muka tetap memainkan peran penting sebagai penopang utama kepercayaan dan kenyamanan Wajib Pajak.

3. 3. 1. LAYANAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

Data layanan keterbukaan informasi publik DJP mencerminkan tingkat pemanfaatan hak masyarakat, atas akses informasi yang transparan. Temuan ini, mendukung penyempurnaan strategi komunikasi dan peningkatan kualitas penyajian informasi, serta memperkuat kepercayaan publik dalam mendorong tata kelola yang transparan.

Gambar III. 3. Penggunaan Layanan Keterbukaan Informasi Publik dan Tingkat Kepuasan Layanan Keterbukaan Informasi Publik



Hasil survei menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan Keterbukaan Informasi Publik di KPP Madya Bandung terbatas. Terdapat 19.4% yang pernah menggunakan layanan ini. Sedangkan, mayoritas 83.9% belum memanfaatkannya. Hal ini menandakan bahwa layanan KIP belum menjadi kebutuhan umum bagi Wajib Pajak.

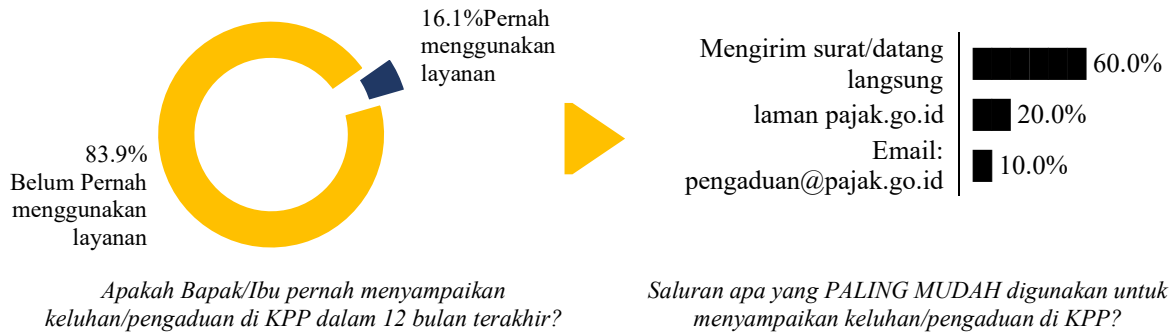
Namun, tingkat kepuasan dari pengguna layanan menunjukkan hasil yang sangat positif. Responden yang pernah menggunakan, sebesar 91.7% menyatakan puas dan sangat puas, dengan proporsi terbesar berada pada kategori sangat puas. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun jumlah pengguna relatif kecil, kualitas layanan yang diberikan telah mampu memenuhi ekspektasi secara optimal.

3. 3. 2. KELUHAN/PENGADUAN PELAYANAN PERPAJAKAN DJP

Layanan pengaduan merupakan salah satu mekanisme penting dalam memastikan bahwa Wajib Pajak memiliki saluran untuk menyampaikan keluhan, pertanyaan, atau masalah terkait pelayanan perpajakan. DJP menyediakan layanan pengaduan sebagai bentuk komitmen dalam meningkatkan transparansi terhadap kebutuhan Wajib Pajak. Pengalaman Wajib Pajak dalam menggunakan layanan ini memberikan gambaran mengenai sejauh

mana sistem pengaduan dapat diakses dengan mudah. Selain itu, juga persepsi dan respons yang diberikan DJP dalam menindaklanjuti setiap pengaduan yang masuk.

Gambar III. 4. Pengalaman Mengakses Layanan Pengaduan Perpajakan



Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa terdapat 16.1% responden yang pernah menggunakan layanan pengaduan. Sedangkan, mayoritas 83.9% tidak pernah memanfaatkannya. Rendahnya tingkat penggunaan ini dapat ditafsirkan sebagai indikasi bahwa mayoritas Wajib Pajak tidak menghadapi permasalahan dalam layanan. Sehingga merasa tidak perlu untuk mengajukan pengaduan.

Bagi sebagian responden yang menggunakan, mekanisme yang paling banyak dipilih adalah Mengirim surat/datang langsung, sebesar 60.0%. Pemanfaatan kanal digital, baik melalui laman pajak.go.id (20.0%), maupun Email: pengaduan@pajak.go.id (10.0%), masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun ketersediaan kanal pengaduan sudah beragam, kebutuhan pengguna terhadap sarana tersebut rendah. Faktor rendahnya kanal digital disebabkan kualitas layanan yang diterima umumnya memuaskan.

Gambar III. 5. Kepuasan Penggunaan Layanan Keluhan/ Pengaduan Perpajakan



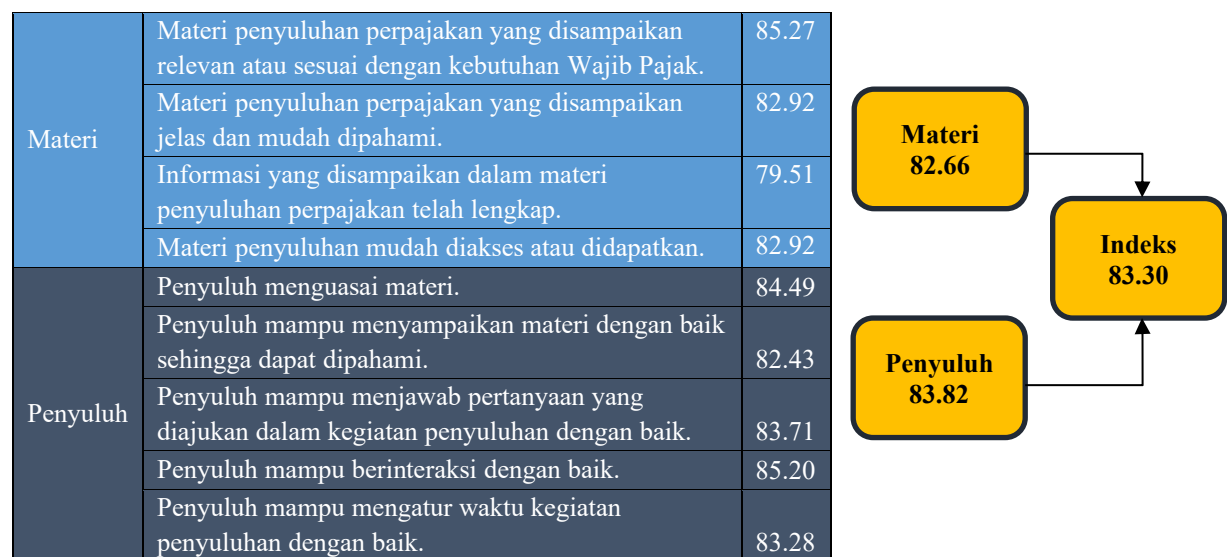
Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa, seluruh responden (90.0%) merasa puas terhadap layanan pengaduan yang disediakan KPP/Kanwil. Capaian ini menegaskan bahwa mekanisme penerimaan dan penanganan keluhan telah berjalan dengan baik. Sementara itu,

tingkat kepuasan terhadap tindak lanjut pengaduan mencapai 80.0%. Meskipun angkanya relatif tinggi, perbedaan dengan kepuasan terhadap layanan pengaduan secara umum mengindikasikan perlunya peningkatan konsistensi pada tahap penyelesaian kasus agar kualitas tindak lanjut sejalan dengan kualitas pelayanan awal.

3. 3. EFEKTIVITAS PENYULUHAN PERPAJAKAN

Indeks Efektivitas Penyuluhan terdiri dari berbagai atribut yang menjadi unsur pembentuknya. Tingkat kepuasan terhadap masing-masing unsur pembentuk indeks efektivitas penyuluhan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar III. 6. Indeks Efektivitas Penyuluhan Berdasarkan Atribut



Hasil survei menunjukkan bahwa indeks efektivitas penyuluhan di KPP Madya Bandung tahun 2025 tercatat sebesar 83.30, menunjukkan tingkat efektivitas yang tinggi. Indeks materi penyuluhan mencapai 82.66. Indeks dengan nilai tertinggi pada atribut Materi penyuluhan perpajakan yang disampaikan relevan atau sesuai dengan kebutuhan wajib pajak sebesar 85.27. Sedangkan, indeks dengan nilai terendah terdapat pada atribut Informasi yang disampaikan dalam materi penyuluhan perpajakan telah lengkap sebesar 79.51.

Pada aspek penyuluh, nilai indeks mencapai 83.82, menunjukkan kinerja yang sangat baik. Indeks dengan nilai tertinggi terdapat pada atribut Penyuluh mampu berinteraksi dengan

baik, sebesar 85.20. Sedangkan, indeks dengan nilai terendah terdapat pada atribut Penyuluh mampu menyampaikan materi dengan baik sehingga dapat dipahami sebesar 82.43. Secara keseluruhan, efektivitas penyuluhan di KPP Madya Bandung sudah baik dan seimbang di setiap atributnya. Namun, masih terdapat ruang perbaikan, terutama pada atribut Informasi yang disampaikan dalam materi penyuluhan perpajakan telah lengkap dan Penyuluh mampu menyampaikan materi dengan baik sehingga dapat dipahami agar penyuluhan menjadi semakin efektif.

Tabel III. 3. Jenis Penyuluhan yang Diikuti Wajib Pajak

Jenis Penyuluhan yang Diikuti Wajib Pajak	
Basis	51
Konsultasi pada loket Helpdesk di Kantor Pajak	70.6%
Kelas Pajak/Seminar/Bimbingan Teknis	31.4%
Undangan pertemuan tatap muka	29.4%
Sosialisasi daring	7.8%

Berdasarkan Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas Wajib Pajak di KPP Madya Bandung memanfaatkan layanan Konsultasi pada loket Helpdesk di Kantor Pajak, dengan persentase sebesar 70.6%. Temuan tersebut menegaskan bahwa interaksi langsung masih menjadi kanal utama dalam pemenuhan kebutuhan informasi perpajakan. Sebanyak 31.4% Wajib Pajak mengikuti Kelas Pajak/Seminar/Bimbingan Teknis. Jenis penyuluhan berupa Undangan pertemuan tatap muka diikuti oleh 29.4% Wajib Pajak. Sementara itu, penyuluhan dalam bentuk Sosialisasi daring hanya diikuti oleh 7.8% Wajib Pajak.

Gambar III. 7. Preferensi Kegiatan Penyuluhan

	72.5% Langsung/ tatap muka		23.5% Online/ daring		3.9% Tidak memiliki preferensi
---	---	---	-----------------------------------	---	---

Berdasarkan hasil survei, mayoritas Wajib Pajak di KPP Madya Bandung menunjukkan preferensi terhadap kegiatan penyuluhan secara tatap muka langsung, dengan persentase mencapai 72.5%. Preferensi untuk penyuluhan *online* tercatat hanya 23.5%, sedangkan 3.9% responden tidak memiliki preferensi khusus. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi langsung tetap menjadi metode yang paling efektif untuk menyampaikan materi

penyuluhan, baik karena memberikan kesempatan bertanya secara *real-time* maupun memudahkan pemahaman materi yang disampaikan.

3.3.1. MATERI PENYULUHAN

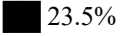
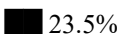
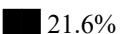
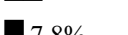
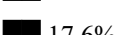
Materi penyuluhan perpajakan yang disampaikan kepada Wajib Pajak memberikan gambaran penting mengenai cara DJP mengedukasi masyarakat serta sejauh mana materi tersebut efektif dalam meningkatkan pemahaman. Dengan memahami jenis materi yang paling dibutuhkan serta jenis penyampaian yang difavoritkan, DJP dapat terus mengoptimal-kan strategi penyuluhan sehingga materi yang disampaikan lebih tepat sasaran, mudah dipahami, dan mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Tabel III. 4. Materi Penyuluhan yang Diminati Wajib Pajak

Materi Penyuluhan yang Diminati Wajib Pajak	
Basis	51
Materi Panduan Aplikasi Coretax DJP	 70.6%
Pelaporan Pajak	 37.3%
Layanan Administrasi Perpajakan	 35.3%
Ketentuan Umum Perpajakan	 33.3%
Pembayaran Pajak	 19.6%

Berdasarkan hasil survei, materi penyuluhan yang diminati oleh Wajib Pajak di KPP Madya Bandung adalah Materi Panduan Aplikasi Coretax DJP, dengan tingkat partisipasi 70.6%. Pelaporan Pajak, sebesar 37.3%. Layanan Administrasi Perpajakan (35.3%), Ketentuan Umum Perpajakan (33.3%), dan Pembayaran Pajak (19.6%) memperoleh minat lebih rendah. Pola ini menunjukkan bahwa penyuluhan masih berfokus pada aspek operasional yang langsung memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak, sedangkan topik yang bersifat informatif atau konseptual memiliki daya tarik lebih rendah.

Tabel III. 5. Preferensi Sumber dan Jenis Materi Penyuluhan

Preferensi Penyuluhan			
Sumber Materi Penyuluhan		Jenis Media Materi Penyuluhan	
Basis	51	Basis	51
Petugas Pajak	 68.6%	Video tutorial	 70.6%
Media Sosial DJP	 54.9%	Powerpoint	 47.1%
Laman pajak.go.id	 39.2%	Buku/booklet	 23.5%
Laman edukasi.pajak.go.id	 23.5%	Artikel	 21.6%
Pojok Pajak	 7.8%	Podcast/siniar	 17.6%

Berdasarkan hasil survei, Wajib Pajak memilih Petugas Pajak sebagai sumber materi penyuluhan (68.6%). Terdapat 54.9% Wajib Pajak memilih Media Sosial DJP, serta 39.2% yang memilih Laman pajak.go.id. Selain itu, Laman edukasi.pajak.go.id menjadi pilihan 23.5% Wajib Pajak, sementara Pojok Pajak hanya dipilih oleh 7.8% Wajib Pajak.

Dari sisi jenis media materi penyuluhan, Video tutorial merupakan pilihan terbanyak dengan persentase 70.6%. Powerpoint dipilih oleh 47.1% Wajib Pajak, memilih Buku/booklet sebesar 23.5%. Artikel menjadi pilihan 21.6% Wajib Pajak, dan Podcast/siniar hanya dipilih oleh 17.6% Wajib Pajak. Secara keseluruhan Wajib Pajak menunjukkan preferensi terhadap sumber dan media penyuluhan yang mudah diakses dan dipahami.



BAB IV

KESIMPULAN & REKOMENDASI

BAB IV. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1. KEPUASAN PELAYANAN

4.1.1. KESIMPULAN

Hasil analisis kepuasan pelayanan menunjukkan capaian layanan DJP untuk KPP Madya Bandung. Beberapa temuan penting dapat dijadikan indikator keberhasilan serta arahan perbaikan layanan. Berikut adalah ringkasan dari kepuasan layanan KPP Madya Bandung.

1. Indeks Kepuasan Pelayanan mencapai angka 86.36, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berada dalam kategori sangat baik.
2. Berdasarkan hasil analisis, kekuatan pada atribut pelayanan di KPP, yakni:
 - Atribut ketersediaan layanan konsultasi dan pengaduan sudah memiliki nilai indeks yang tinggi. Hal tersebut menjadi saluran penting dalam menjawab kebutuhan informasi dan penanganan keluhan Wajib Pajak.
3. Di sisi lain, atribut yang masih memiliki ruang untuk ditingkatkan, yakni:
 - Kesesuaian waktu penyelesaian pelayanan. Hal tersebut mengindikasikan adanya deviasi dari standar waktu yang telah ditetapkan.

4.1.2. REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa langkah strategis dapat diambil untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun peningkatan kualitas layanan tersebut dapat diterapkan di semua KPP Terkait. Poin-poin berikut merangkum rekomendasi yang diharapkan dapat memperkuat kepuasan layanan DJP.

1. Pertahankan dan tingkatkan kualitas layanan yang sudah baik. Kualitas ini perlu dipertahankan melalui pemantauan berkala, pelatihan berkelanjutan, dan umpan balik rutin dari Wajib Pajak.
2. Berdasarkan hasil nilai indeks atribut pelayanan tertinggi:
 - Atribut ketersediaan layanan konsultasi dan pengaduan di KPP menjadi kekuatan utama yang perlu dipertahankan. Upaya dalam peningkatan yang dapat dilakukan

yakni, optimalisasi kanal layanan, peningkatan responsivitas, serta penguatan kompetensi petugas konsultasi.

3. Hal yang dapat dilakukan dalam peningkatan pelayanan yaitu:
 - Evaluasi terhadap faktor-faktor penyebab keterlambatan pelayanan di KPP. Selain itu, juga dapat dilakukan penguatan sistem pengendalian dan monitoring waktu penyelesaian layanan agar sesuai dengan standar pelayanan.

4. 2. EFEKTIVITAS PENYULUHAN

4. 2. 1. KESIMPULAN

Hasil analisis efektivitas penyuluhan menunjukkan capaian penyuluh dan materi DJP secara keseluruhan. Nilai indeks efektivitas penyuluhan layanan untuk KPP Madya Bandung tersebut didasarkan pada capaian semua aspek baik itu materi maupun penyuluh. Beberapa temuan penting dapat dijadikan indikator keberhasilan serta arahan perbaikan kegiatan penyuluhan.

1. Indeks efektivitas penyuluhan mencapai skor 83.30, yang mengindikasikan bahwa kegiatan penyuluhan telah berjalan dengan sangat baik.
2. Seluruh aspek yang berkaitan dengan penyuluh dan materi penyuluhan menunjukkan capaian efektivitas yang tinggi, masing-masing sebesar 83.82 dan 82.66. Hal ini menunjukkan bahwa semua aspek penyuluhan telah berjalan optimal dan perlu dipertahankan konsistensinya.

4. 2. 2. REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa langkah strategis dapat diambil untuk mempertahankan efektivitas penyuluhan. Dengan nilai indeks efektivitas mencapai 83.30, penyuluhan sudah berada pada level sangat baik. Disarankan untuk menjaga konsistensi mutu dengan beberapa langkah berikut:

1. Melakukan evaluasi rutin terhadap metode penyuluhan.
2. Menyesuaikan konten dengan dinamika regulasi dan kebutuhan Wajib Pajak.
3. Memastikan penyuluh tetap terlatih dan *ter-update* terhadap isu perpajakan terkini.