

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia tentunya selalu terlibat dalam proses komunikasi. Komunikasi merupakan cara manusia berinteraksi dengan individu lainnya maupun lingkungan di sekitarnya. Komunikasi sangat berpengaruh di berbagai bidang, termasuk di lembaga atau institusi pemerintahan. Salah satu institusi pemerintah yang menerapkan komunikasi dalam pelayanannya adalah Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Purwokerto. Merujuk pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 184/PMK.01/2020, KPP Pratama Purwokerto merupakan instansi pelayanan, penyuluhan, dan pengawasan pajak dari Kementerian Keuangan yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah.



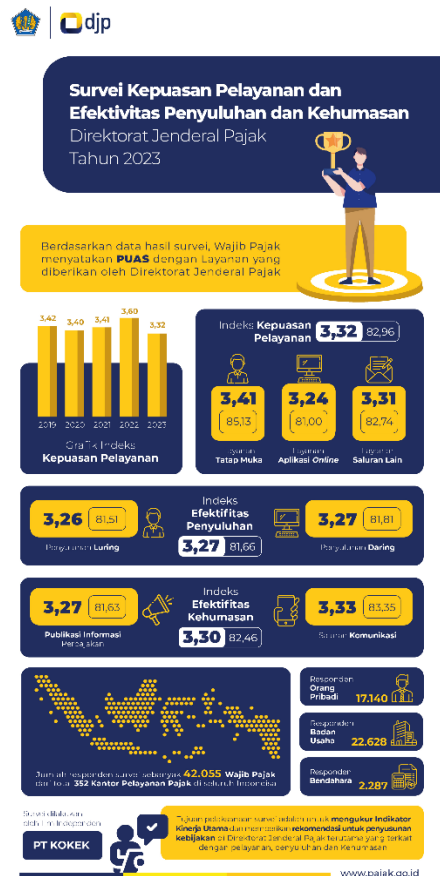
Gambar 1.1 Struktur Organisasi KPP Pratama Purwokerto

Sumber: sadarpajak.com

Seperti yang ditunjukkan oleh gambar 1.1, dalam menjalankan tugasnya KPP Pratama Purwokerto mempunyai beberapa seksi, seperti seksi pemeriksaan, seksi penagihan, seksi pelayanan, dan beberapa seksi lainnya. Namun, penelitian ini akan berfokus mengkaji seksi pelayanan, karena seksi tersebut berperan sebagai *frontline* yang berinteraksi langsung dengan wajib pajak. Sehingga, petugas pelayanan di KPP Pratama Purwokerto dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

Dilansir melalui laman artikel antaranews.com, KPP Pratama Purwokerto merupakan KPP dengan tingkat kepatuhan pelaporan wajib pajak tertinggi di wilayah eks Karesidenan Banyumas, Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan melalui jumlah

pelaporan 58.679 SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan) dari target 60.858 SPT, atau mencapai 96,42% pada tahun 2020. Dengan demikian menunjukkan bahwa KPP Pratama Purwokerto sudah berupaya memberikan pelayanan terbaiknya, melalui tingkat kepatuhan dari wajib pajak yang tinggi (Sumber: <https://antaranews.com/diaskes> pada 4 November 2023 pukul 12:05).



Gambar 1.2 Survei Kepuasan Pelayanan Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2023

Sumber: pajak.go.id

Berdasarkan survei pelayanan pada gambar 1.2 diatas juga menunjukkan bahwa secara umum, wajib pajak sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak, termasuk KPP Pratama Purwokerto di dalamnya. Bahkan pelayanan tatap muka mendapatkan angka yang tinggi dibandingkan dengan yang lainnya, yakni 3,41 dari skala maksimal 4. Hal ini bisa menjadi indikasi bahwa proses pelayanan berjalan dengan baik. Kepuasan ini tentunya menjadi modal penting dalam meningkatkan kepatuhan, karena wajib pajak yang merasa dilayani dengan baik cenderung lebih kooperatif dalam melaksanakan kewajiban

perpajakannya. Dengan adanya *feedback* positif ini, Direktorat Jenderal Pajak termasuk KPP Pratama Purwokerto dapat terus memberikan pengalaman terbaik bagi para wajib pajak.

Meskipun sudah cukup baik, namun menurut salah satu informan peneliti yaitu Bapak T yang bertugas sebagai pengarah layanan mengungkapkan bahwa tetap terdapat tantangan ketika menjadi petugas pelayanan di KPP Pratama. Tantangan tersebut salah satunya seperti kesalahpahaman karena perbedaan persepsi antara petugas dengan wajib pajak. Selama memberikan informasi dan penjelasan, petugas tentunya berinteraksi dengan berbagai tipe orang, termasuk yang sudah paham tentang aturan perpajakan dan yang memerlukan pengertian serta bantuan lebih lanjut dalam memahami proses perpajakan. Agar tidak terjadi kesalahpahaman, petugas memberikan bantuan dengan menjelaskan secara sederhana dan detail mengenai peraturan perpajakan, prosedur penghitungan pajak, cara pembayaran serta pelaporan pajak yang benar. Jika hal tersebut tidak dilaksanakan dengan tepat, maka akan membuat sulit wajib pajak. Mereka merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dan enggan memenuhi kewajiban perpajakannya yang berpotensi merugikan negara. Dengan demikian, penting untuk menggunakan strategi komunikasi interpersonal yang tepat oleh petugas pelayanan untuk membangun kepuasan wajib pajak.

Menurut Devito dalam Latifah (2022) komunikasi interpersonal adalah proses interaksi antara individu satu dengan individu lainnya yang melibatkan pertukaran pesan atau informasi dengan umpan balik (*feedback*) yang terjadi seketika. Devito mengungkapkan setidaknya ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh petugas dalam berinteraksi secara personal seperti, keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), dukungan (*supportiveness*), perasaan positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) (Tri, 2021). Aspek-aspek tersebut tentunya dapat membantu KPP Pratama Purwokerto dalam membangun hubungan yang baik dengan wajib pajak, seperti memberikan empati dengan berbicara secara langsung dan tatap muka kepada mereka. Hal tersebut tentu saja dapat membuat wajib pajak merasa lebih nyaman dan membuat kepatuhan mereka meningkat. Oleh karena itu, kemampuan seorang petugas dalam membangun hubungan personal yang baik dengan wajib pajak sangat diperlukan, karena akan memberikan efek positif terhadap pelayanan mereka.

Kemampuan komunikasi interpersonal yang baik dari petugas juga dapat membantu menyelesaikan masalah dengan lebih cepat (Latifah, 2022). Contohnya ketika terjadi masalah dari wajib pajak yang mengalami kesulitan ketika melakukan pelaporan surat pemberitahuan (SPT) tahunan via internet. Wajib pajak tentunya mengalami kendala seperti kurang paham teknologi atau tidak paham dengan urutan langkah-langkah pelaporan yang harus dilakukan. Dalam hal ini petugas pelayanan harus terlatih untuk dapat menggunakan komunikasi interpersonalnya untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan cepat dan tanggap, sehingga dapat memberikan solusi yang tepat. Oleh karena itu, strategi komunikasi dari KPP Pratama Purwokerto juga akan berkontribusi positif karena membuat petugas lebih siap untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada wajib pajak. Selain dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan wajib pajak, aspek-aspek yang diungkapkan Devito juga bisa diterapkan kepada sesama petugas. Hal ini seperti adanya dukungan dan perasaan positif antar rekan kerja, kemudian adanya kesetaraan antara atasan dan bawahan, lalu terbuka untuk masukan dan kritikan yang berguna untuk peningkatan mutu serta pelayanan. Dengan demikian, petugas bisa memberikan pelayanan terbaiknya kepada wajib pajak.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Tama (2022) strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan yang efisien dalam mengirimkan pesan agar dapat dipahami dengan mudah oleh penerima pesan dan mendorong penerima pesan untuk merespon pesan tersebut dengan cara yang diinginkan. Strategi komunikasi melibatkan penggunaan kombinasi yang disusun secara terencana, dengan tujuan agar penerima pesan merasa nyaman, dengan penekanan pada frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi yang digunakan. Strategi komunikasi interpersonal muncul karena pada dasarnya setiap individu selalu terlibat dalam interaksi dan berkomunikasi dengan orang lain, sehingga mereka selalu berupaya untuk mempererat hubungan dan menjalin kedekatan antara satu dengan yang lain (Siagian, 2021).

Sedangkan menurut Oliver (2007), strategi komunikasi didefinisikan sebagai proses sistematis yang melibatkan empat langkah. Mereka menekankan pentingnya memahami konteks, menentukan tujuan yang jelas, memilih taktik yang tepat, dan mengevaluasi efektivitas komunikasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan cara-cara atau upaya yang dilakukan oleh petugas untuk

membangun hubungan yang baik dengan wajib pajak melalui komunikasi interpersonal. Penggunaan strategi komunikasi interpersonal yang efektif menjadi kunci bagi petugas untuk mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal mereka terhadap layanan yang diberikan dalam membangun kepuasan wajib pajak.

Strategi komunikasi interpersonal yang efektif juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan wajib pajak terhadap pelayanan yang diberikan oleh KPP Pratama Purwokerto secara keseluruhan. Ketika wajib pajak merasa dilayani dengan baik oleh petugas, mereka cenderung memberikan penilaian positif terhadap pengalaman mereka. Hubungan yang baik antara petugas dan wajib pajak melalui strategi komunikasi interpersonal yang tepat juga dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2019), wajib pajak yang merasa mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dari petugas cenderung lebih bersedia untuk memenuhi kewajiban mereka. Mereka juga akan lebih termotivasi untuk melaksanakan pembayaran pajak dengan benar dan tepat waktu, karena merasa bahwa kontribusi mereka dihargai. Hal ini tentunya dapat membantu menciptakan pemahaman yang lebih baik antara petugas dan wajib pajak. Dalam situasi di mana petugas dapat mendengarkan dengan penuh perhatian, menjelaskan dengan jelas, dan merespon pertanyaan atau kekhawatiran wajib pajak dengan tepat, wajib pajak akan merasa didengar dan dihargai, yang bermuara pada meningkatnya kepuasan mereka.

Menurut Sunardiyah (2022) kepuasan adalah sikap yang ditunjukkan oleh individu saat kebutuhan serta keinginannya terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kesimpulannya, dapat diartikan bahwa kepuasan wajib pajak adalah respons positif yang ditunjukkan oleh wajib pajak ketika proses pemenuhan kewajiban administrasi mereka sesuai dengan keinginan yang diharapkan.

Kepuasan wajib pajak dapat dibangun dari kualitas pelayanan yang dilakukan oleh petugas, hal ini dikarenakan taraf pelayanan dianggap sudah memenuhi harapan mereka. Semakin sering komunikasi interpersonal dilakukan, maka akan semakin baik dan menimbulkan efek pada wajib pajak. Ketika petugas berkomunikasi dengan baik dan sopan terhadap wajib pajak, respons, tanggapan serta kesan yang

ditinggalkan oleh mereka pun akan menjadi positif. Dengan demikian, strategi komunikasi interpersonal yang efektif penting dilakukan agar dapat membangun citra positif institusi yang bermuara pada kepuasan wajib pajak.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin melakukan observasi lebih lanjut terkait langkah-langkah strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh petugas pelayanan KPP Pratama Purwokerto dengan wajib pajak. Peneliti akan mengkaji permasalahan tersebut dengan mewawancara langsung subjek yang akan diteliti yakni petugas pelayanan di KPP Pratama Purwokerto sebagai informan kunci yang didukung konsultan perpajakan sebagai informan ahli, dan wajib pajak dari KPP Pratama Purwokerto sebagai informan pendukung.

Peneliti telah melakukan telaah pustaka dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2019-2024) dari jurnal nasional dan internasional. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal dari petugas akan berdampak pada kepuasan masyarakat (Zakiyah et al., 2020). Selain itu, komunikasi positif antar pegawai juga akan meningkatkan kinerja mereka, sehingga mereka akan melayani dengan maksimal. Disisi lain, jika pegawai tidak cepat dan tanggap dalam melayani, maka masyarakat akan memberikan *feedback* negatif kepada institusi atau lembaga tersebut. Didukung penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang tepat sangat dibutuhkan agar dapat meningkatkan kinerja petugas dalam melayani wajib pajak, sehingga akan terbangun kepuasan wajib pajak.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penemuan sebelumnya terletak pada fokus kajian yang akan diteliti, yakni komunikator. Jika pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zakiyah (2020) menggunakan perspektif masyarakat atau konsumen untuk menilai kepuasan, maka peneliti meletakkan perspektif petugas di instansi sebagai subjek utama yang akan diteliti. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Latifah (2022) juga berfokus pada bagaimana pola komunikasi interpersonal yang terjadi antara petugas maupun delegasinya yakni relawan kepada wajib pajak, sedangkan peneliti akan lebih membahas strategi yang dilakukan oleh KPP Pratama Purwokerto dalam melayani dan membangun kepuasan wajib pajak.

Selain itu, penelitian ini dilakukan di lokasi dan divisi yang berbeda dibandingkan dengan penelitian Agustina (2019) yang meneliti *Account*

*Representative* di Seksi Pengawasan dan Konsultasi KPP Pratama Bukittinggi. Sementara penelitian ini berfokus pada Petugas Seksi Pelayanan di KPP Pratama Purwokerto, yang merupakan satu-satunya instansi pelayanan pajak dari Kementerian Keuangan di Kabupaten Banyumas. Penelitian terkait strategi komunikasi interpersonal di instansi pemerintah, khususnya di sektor perpajakan juga masih tergolong jarang. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dan memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan. Dengan demikian, pentingnya strategi komunikasi interpersonal dalam instansi pemerintah khususnya pada layanan perpajakan menjadi dasar pemikiran untuk mengkaji lebih dalam mengenai topik ini.

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah kualitatif. Metode kualitatif merupakan salah satu jenis metode yang digunakan untuk mendalami pemahaman terhadap fenomena yang akan diteliti. Menurut Mulyana (2013) metode kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan, menceritakan, dan menjelaskan suatu hal ilmiah yang tidak dapat dicapai dengan cara statistika. Dalam hal ini, metode penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai upaya yang dilakukan oleh petugas pelayanan KPP Pratama Purwokerto mengenai bagaimana strategi komunikasi interpersonal mereka dapat membangun kepuasan wajib pajak. Hasil dari penelitian kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam serta informasi lebih lanjut tentang strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh petugas terhadap wajib pajak.

Peneliti kemudian melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi serta wawancara bersama informan kunci yakni petugas seksi pelayanan KPP Pratama Purwokerto, kemudian informan ahli yakni konsultan pajak, dan informan pendukung yaitu wajib pajak dari KPP Pratama Purwokerto. Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan *software* Nvivo, yaitu dengan membuat koding atau kata kunci dari hasil wawancara yang kemudian diuraikan dan diinterpretasi oleh peneliti.

Berdasarkan pra penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan oleh peneliti, ditemukan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang tepat dari petugas merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan wajib pajak. Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan kepercayaan, kepatuhan, serta kepuasan wajib pajak. Strategi komunikasi yang efektif juga dapat membantu mengatasi masalah

yang ada dengan lebih cepat. Sebagai instansi pemerintah yang bertugas membantu administrasi perpajakan masyarakat, KPP Pratama Purwokerto harus memberikan pelayanan terbaiknya kepada wajib pajak. Penting bagi KPP Pratama Purwokerto untuk menjaga kualitas pelayanan mereka agar tetap memudahkan wajib pajak dalam hal administrasi perpajakan. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Interpersonal Petugas Pelayanan KPP Pratama Purwokerto dalam Membangun Kepuasan Wajib Pajak”**.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada latar belakang diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari strategi petugas pelayanan di KPP Pratama Purwokerto ketika berkomunikasi secara interpersonal dengan wajib pajak. Sehingga, hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan strategi komunikasi yang tepat untuk diterapkan oleh petugas pelayanan dalam memberikan layanan kepada wajib pajak.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti menghadirkan pertanyaan penelitian yakni “bagaimana penerapan strategi komunikasi interpersonal antara petugas dan wajib pajak di KPP Pratama Purwokerto?”

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi akademik pada bidang ilmu komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi interpersonal di lingkungan instansi atau lembaga pemerintahan, khususnya pada kantor pajak.
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa, peneliti, dan akademisi untuk mengembangkan teori dan metode yang berkaitan dengan pemahaman komunikasi interpersonal di lingkungan instansi atau lembaga pemerintahan.
- c. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat umum mengenai pentingnya penggunaan strategi yang efektif bagi KPP Pratama saat melakukan komunikasi interpersonal dengan wajib pajak.



### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara praktis dalam hal penggunaan ilmu komunikasi pada aktivitas komunikasi interpersonal petugas pelayanan KPP Pratama.
- b. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi KPP Pratama maupun institusi serta lembaga pemerintah lainnya, dengan harapan seluruh petugas dapat mengimplementasikan hasil penelitian untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan masyarakat.
- c. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu petugas di seluruh KPP di Indonesia untuk bisa menerapkan cara berkomunikasi dengan wajib pajak secara efektif. Dengan demikian, kualitas pelayanan akan meningkat dan dapat membuat wajib pajak mematuhi kewajiban perpajakannya.

### **1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian**

#### **1.5.1 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama delapan bulan, terhitung dari bulan September 2023 ketika pelaksanaan pra observasi, hingga bulan Mei 2024 untuk wawancara dengan narasumber dan pengolahan data.

#### **1.5.2 Lokasi Penelitian**

KPP Pratama Purwokerto berlokasi di Jl. Jend. Gatot Subroto No. 107, Banyumas, Jawa Tengah. KPP Pratama Purwokerto adalah sebuah instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam pelayanan perpajakan di wilayah Kabupaten Banyumas. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena KPP Pratama Purwokerto merupakan satu-satunya instansi pelayanan pajak orang pribadi dan badan yang ada di Kabupaten Banyumas, sehingga interaksi antara wajib pajak dengan petugas sangat tinggi dan standar kepuasan wajib pajaknya merupakan salah satu yang tertinggi di Provinsi Jawa Tengah.