

**TINJAUAN ETIKA BISNIS EKONOMI ISLAM TERHADAP  
PELAYANAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR  
DALAM MEMBERIKAN KEPUASAN KONSUMEN  
DI SAMSAT KOTA BENGKULU**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh :**

**SHERLY WULANDARI**

**NIM : 1516130130**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU 2021 M/1443 H**




**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu**

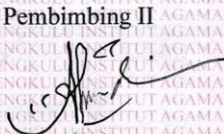
**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Skripsi yang ditulis oleh: Sherly Wulandari, NIM 1516130130 yang berjudul: "Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu". Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.**

  
**Pembimbing I**

**Dr. Nurul Hak, MA**  
NIP. 196606161995031002

**Bengkulu, September 2021 M  
Muaharam 1443 H**

  
**Pembimbing II**

**Ahmad Mathori, S.Pd., MA**  
NIP. 195602071985031005





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa, Telp. (0736) 51276, 51171 Fax (0736) 51171 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul: **“Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu”**, oleh Sherly Wulandari NIM 1516130130, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Agustus 2021 M / 2 Muharram 1443 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, 30 Agustus 2021 M

21 Muharram 1443 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**Drs. M. Syakroni, M.Ag**  
NIP. 195707061978031003

**Penguji I**

**Drs. M. Syakroni, M.Ag**  
NIP. 195707061978031003

**Sekretaris**

**Andi Harpepen, M.Kom**  
NIDN. 2014128401

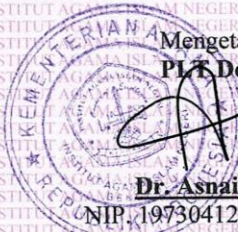
**Penguji II**

**Adi Setiawan, Lc. M.E.I**  
NIP. 198803312019031005

Mengetahui,  
Plt. Dekan

**Dr. Asnaini, MA**

NIP. 197304121998032003





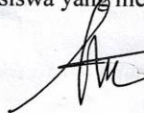
## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Tinjauan etika bisnis ekonomi islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di samsat kota Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, februari 02 M  
Jumadil –Akhirah-Rajab 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan

  
Sherly wulandari  
NIM. 1516130130



## **MOTTO**

Majulah Tanpa Harus Menyingkirkan Orang Lain  
dan Berbahagialah Tanpa Harus Menyakiti Orang Lain  
(Sherly Wulandari)

## **PERSEMBAHAN**

Terima kasih kepada Allah Swt yang senantiasa memberikan kemudahan sehingga aku dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini aku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku yang tersayang, Bapak Irwan Jonaidi dan Ibu Sri Suarti, yang telah membesarkanku dan mendidikku dengan penuh kesabaran, cinta dan kasih sayang.
2. Kedua adik-adikku, Febri Nurpratiwi dan Radja Irjos, terima kasih teah menyayangiku selalu.
3. Sahabat-sahabatku, Widya Apriana, Desta Lestari, Merda Esti, Intan Permatasari, Ade Kezita, Mardian Effendi dan Azmi Asrian, yang selalu memotivasi untuk menjadi yang lebih baik dan selalu memberikan semangat di kala mulai putus asa dalam berjuang.
4. Sahabat dekatku, Ego Prasatrya, yang selalu memberikan motivasi, semangat serta doa.
5. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Dr. Nurul Hak, M.A dan Bapak H. Ahmad Mathori, S.pd, M.A yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran serta memberi nasehat selama menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama memberi motivasi dan semangat selama perkuliahan.
8. Agama, Bangsa dan Almamaterku.

## ABSTRAK

Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan  
Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen  
di Samsat Kota Bengkulu  
oleh Sherly Wulandari, NIM 1516130130

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis ekonomi Islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian langsung di lapangan) dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis datanya yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini yaitu: 1) Bentuk pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu, yaitu tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan aman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, kerapian dan ketelitian petugas, pelayanan sesuai yang dijanjikan, waktu tunggu tidak lama, kecepatan dalam melayani pelanggan, pelayanan yang sopan dan ramah, kejelasan petugas dalam memberikan penjelasan layanan, kesesuaian dan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan, dan memberikan rasa nyaman bagi wajib pajak/konsumen dalam memberikan pelayanan; 2) Tinjauan etika bisnis ekonomi Islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu, yaitu bahwa memberikan pelayanan yang baik merupakan hal yang penting dalam Islam sebagaimana diatur dalam QS. Ali Imran/3 ayat 159. Rasulullah SAW pun di dalam hadist-hadist yang mulia juga telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Etika pelayanan yang sesuai dengan perspektif Islam bisa dilihat dari proses pelayanan yang prima yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen, dengan dimulai dari karakteristik pelayanan dan juga etika pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang dilakukan petugas pelayanan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan (wajib pajak). Setelah pelanggan (wajib pajak) merasa puas dengan hasil layanan yang diterimanya maka pelanggan (wajib pajak) akan merekomendasikan kepada wajib pajak lainnya untuk membayar langsung pajak kendaraannya dan tidak menggunakan jasa perantara atau pun calo untuk menyelesaikan pengurusan pajak kendaraannya.

***Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Pelayanan Pajak, Etika Bisnis Islam.***

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul: “Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu.”

Adapun tujuan penyusunan Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Dalam menyusun Skripsi ini, penulis tidak akan mampu menyelesaikannya tanpa bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zulkarnain Dali, M.Pd, PLT Rektor IAIN Bengkulu, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menyelesaikan studi S1 di kampus ini.
2. Ibu Dr. Asnaini, MA, PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, selama penulis mengikuti perkuliahan telah membimbing dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Ibu Desi Isnaini, MA, Ketua Jurusan Ekonomi Islam, yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di kampus ini.



4. Bapak Dr. Nurul Hak, MA, Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan koreksi kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Ahmad Matori, MA, Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan koreksi kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, yang selama penulis mengikuti perkuliahan telah membimbing dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, yang telah membantu kelancaran administrasi akademik penulis.
8. Pimpinan dan Petugas Samsat Kota Bengkulu, selaku narasumber yang telah memberikan informasi dan kerjasama yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga Skripsi ini mendapat ridho dari Allah Swt dan bermanfaat bagi semua pihak, serta dapat dijadikan landasan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

Bengkulu, 15 Agustus 2021  
5 Muharram 1443 H

**Sherly Wulandari**  
NIM. 1516130130

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Penelitian Terdahulu .....	5
F. Metode Penelitian .....	9

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kepuasan Konsumen .....	17
1. Pengertian konsumen .....	17
2. Pengertian kepuasan konsumen .....	17
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen .....	18
4. Elemen kepuasan konsumen .....	20
5. Strategi kepuasan pelanggan/konsumen .....	21
6. Indikator kepuasan konsumen .....	26
B. Pelayanan Publik .....	27
1. Pengertian pelayanan publik .....	27
2. Dimensi kualitas/mutu pelayanan .....	29
C. Etika Bisnis Islam .....	32
1. Pengertian etika .....	32

2. Pengertian bisnis .....	33
3. Prinsip-prinsip etika bisnis .....	35
4. Pengertian etika bisnis Islam .....	38
5. Fungsi etika bisnis Islam .....	41
6. Aksioma dasar etika bisnis Islam .....	41
7. Etika bisnis Islam dalam pelayanan .....	47

### **BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

A. Sejarah dan Dasar Hukum Samsat .....	50
B. Profil Singkat Samsat Bengkulu .....	52
C. Visi dan Misi Samsat Bengkulu .....	53
D. Jenis Pelayanan Samsat Bengkulu.....	53

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	56
B. Pembahasan .....	61
1. Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu .....	61
2. Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu .....	75

### **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran-saran .....	83

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kualitas pelayanan (*service quality*) telah menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik, sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik (*customer satisfaction*). Pelayanan publik hampir secara otomatis membentuk citra (*image*) tentang kinerja birokrasi, karena kebijakan Negara yang menyangkut pelayanan publik tidak lepas dari birokrasi. Sehubungan dengan itu, kinerja birokrasi secara langsung berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh aparatur. Birokrasi pemerintah atau aparatur Negara dalam penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan memiliki posisi dan peran strategis dalam pelaksanaan pembangunan di suatu Negara.

Pelayanan prima dapat diwujudkan apabila penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan secara baik sesuai dengan harapan *customers*, sehingga *customers* merasa puas. Cara untuk mengukur kepuasan *customers* ini dapat dilakukan dengan mempergunakan instrumen yang telah dikembangkan oleh Zeithaml dan teman-temannya yang dikenal sebagai SERVQUAL.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ratminto, *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A Sampai Z*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2017), h. 1.

Pengukuran kinerja pelayanan dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen pengukuran kinerja pelayanan yang telah dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam buku mereka yang diberi judul *Delivering Quality Service*. Menurut mereka (Zeithaml, Parasuraman dan Berry, 1990), ada 10 (sepuluh) indikator kinerja pelayanan, yaitu:

1. Kenampakan fisik (*tangible*)
2. Reliabilitas (*reliability*)
3. Responsivitas (*responsiveness*)
4. Kompetensi (*competence*)
5. Kesopanan (*courtesy*)
6. Kredibilitas (*credibility*)
7. Keamanan (*security*)
8. Akses (*access*)
9. Komunikasi (*communication*)
10. Pengertian (*understanding the customer*).<sup>2</sup>

Berdasarkan teori tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima dapat diwujudkan apabila ke-10 indikator tersebut dapat dicapai dengan baik oleh organisasi penyelenggara pelayanan (*providers*). Pencapaian ke-10 indikator tersebut dapat dilakukan apabila *providers* mengelola penyelenggaraan pelayanan dengan menerapkan konsep dan teori manajemen pelayanan seperti *gap* model, model segitiga pelayanan, momen kritis pelayanan dan lingkaran pelayanan. Akan tetapi dalam tataran praktis, upaya pencapaian pelayanan prima dapat dilakukan dengan memperhatikan asas dan prinsip pelayanan sebagaimana diamanahkan dalam Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 yang kemudian diadopsi dalam ketentuan yang ada di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan dijabarkan lebih lanjut

---

<sup>2</sup> Ratminto, *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan ...*, h. 2.

dalam Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009.

Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan publik, ternyata erat kaitannya dengan masalah-masalah moral dan etika birokrasi (*moral and ethical of bureaucracy*). Kumorotomo menyebutkan bahwa, “Para birokrat sangat memerlukan kepekaan etika, agar dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dengan demikian, jelaslah, bahwa pelaksanaan tugas pelayanan publik, hanya akan berjalan dengan baik, apabila didukung oleh moral dan etika, serta sikap dan tindakan aparatur yang professional, dalam pelaksanaan tugas”.<sup>3</sup>

Hal ini pada gilirannya, akan dapat meningkatkan efektivitas pelayanan publik, yang dilakukan oleh aparatur pemerintah. Semangat kerja birokrasi pemerintah yang berorientasi pada pelayanan publik, perlu menjadi pedoman. Untuk menciptakan kondisi demikian, diperlukan upaya pemerintah. Bahkan semenjak pemerintah orde baru, upaya perbaikan birokrasi itu, telah banyak dilakukan.

Sebagai salah satu tempat pelayanan publik yang memberikan pemasukan pendapatan daerah sudah sepantasnya Kantor Samsat Kota Bengkulu selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, sebagaimana indikator kualitas pelayanan publik yang disampaikan Kotler dan Armstrong di atas. Namun pada kenyataannya, berdasarkan observasi awal bahwa masyarakat yang memegang peran sebagai wajib pajak masih merasakan

---

<sup>3</sup> Rudi Rinaldi, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik*, Jurnal, Vol. 1 No.1, Juni 2012, h. 23.



banyak kelemahan pada pelayanan publik di Kantor Samsat Kota Bengkulu, karena belum memenuhi kebutuhan dan harapan wajib pajak.<sup>4</sup>

Keluhan wajib pajak mengenai pelayanan yang diterima dapat menimbulkan citra kurang baik bagi aparaturnya pemerintah itu sendiri, sehingga perlu adanya upaya perbaikan terhadap mutu pelayanan untuk mencapai kepuasan wajib pajak atas pelayanan yang telah diberikan oleh pelayanan pengurusan pajak, sehingga diharapkan berdampak pada kepercayaan wajib pajak akan pelayanan Kantor Samsat Kota Bengkulu yang berkualitas dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin meneliti tentang: **“Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana bentuk pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu ?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis ekonomi Islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu ?

---

<sup>4</sup> Observasi awal, pada tanggal 10 Desember 2020.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis ekonomi Islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan dan ingin dicapai penulis sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah setempat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran untuk Kantor Samsat Kota Bengkulu dalam meningkatkan kualitas pelayanan pemungutan pajak kendaraan bermotor demi meningkatkan pendapatan daerah.
2. Bagi penulis, hasil penelitian ini merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang penulis peroleh selama perkuliahan.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik dan sempurna, untuk itu penulis mengambil referensi yang berasal dari penelitian terdahulu diantaranya:

1. Skripsi yang disusun oleh Rusmiaty, yang berjudul: “*Analisis Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Mutu Pelayanan Samsat Cikande Kabupaten Serang Provinsi Banten*”.<sup>5</sup> Rumusan masalahnya yaitu:
  - a. Bagaimana karakteristik WP di SAMSAT Cikande Kabupaten Serang Provinsi Banten?
  - b. Bagaimana analisis tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut mutu pelayanan SAMSAT Cikande Kabupaten Serang Provinsi Banten?
  - c. Bagaimana tingkat kepuasan WP terhadap mutu pelayanan di SAMSAT Cikande Kabupaten Serang Provinsi Banten?
  - d. Bagaimana hubungan karakteristik WP dengan tingkat kepuasan WP?

Sedangkan hasil penelitian Rusmiaty, yaitu:

- a. Karakteristik WP yang menggunakan jasa SAMSAT Cikande mayoritas adalah pria berusia kurang dari 35 tahun dengan latar belakang pendidikan akhir sebagian besar SLTA. WP SAMSAT Cikande sebagian besar melakukan daftar ulang, baik pengesahan satu tahun maupun perpanjangan lima tahun.
- b. Nilai tingkat kinerja tertinggi pelayanan SAMSAT Cikande adalah jaminan kerahasiaan data, sedangkan nilai tingkat kepentingan tertinggi adalah kesesuaian dan kepastian biaya. Pada diagram IPA terdapat 14 atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan WP yang

---

<sup>5</sup>Rusmiaty, *Analisis Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Mutu Pelayanan Samsat Cikande Kabupaten Serang Provinsi Banten*, pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, 2015.



harus dipertahankan kinerjanya, tujuh atribut yang tidak terlalu diprioritaskan dan empat atribut dianggap berlebihan (dianggap tidak terlalu penting, tetapi memiliki kinerja bagus).

- c. Hasil CSI 0,6624 berada pada interval nilai 0,66-0,80, maka menunjukkan WP merasa “puas” terhadap kinerja pelayanan yang dilakukan oleh SAMSAT Cikande.
- d. Hubungan karakteristik WP dengan tingkat kepuasan WP menggunakan lima peubah karakteristik WP terhadap kepuasan WP, yaitu umur, jenis kelamin, jenis pelayanan, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan. Tidak terdapat korelasi atau hubungan bermakna dari karakteristik WP dengan kepuasan WP.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu pada fokus penelitian. Penelitian di atas meneliti tentang analisis kepuasan wajib pajak terhadap mutu pelayanan Samsat Cikande Kabupaten Serang Provinsi Banten, sedangkan penelitian ini meneliti tentang tinjauan etika bisnis ekonomi islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu.

2. Skripsi yang disusun oleh Ayuni Aria Pratiwi, yang berjudul: *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Studi pada Samsat Bandar Lampung Kota Bandar Lampung)”*.<sup>6</sup> Dengan rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak

---

<sup>6</sup>Ayuni Aria Pratiwi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Studi pada Samsat Bandar Lampung Kota Bandar Lampung)*, pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017.

dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bandar Lampung ?

Sedangkan hasil penelitian Ayuni Aria Pratiwi, yaitu: ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak Samsat Kota Bandar Lampung. Hasil Uji-F didapatkan nilai  $F_{hitung}$  yaitu = 6,066. Apabila dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 0,05$  yaitu 3,07 maka  $F_{hitung} = 6,066 > F_{tabel} = 3,07$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan wajib pajak) Samsat Kota Bandar Lampung. Koefisien Determinasi (KD) =  $(R^2) = 0,5622 = 0,316 \times 100\% = 31,6\%$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan wajib pajak (Y) sebesar 31,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu pada fokus penelitian. Penelitian di atas meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor di Samsat Bandar Lampung Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian ini meneliti tentang tinjauan etika bisnis ekonomi islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis penelitian

Penulis menggunakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode *postpositivistik* karena berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpolah) dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>7</sup>

Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 7-9.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif analitik, yakni mendeskripsikan sekaligus menganalisa tentang tinjauan etika bisnis ekonomi Islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu.

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai tanggal 2 Juli sampai dengan 2 Agustus 2020. Lokasi penelitian berada di Jalan Raden Patah Kelurahan Air Sebakul Kota Bengkulu.

## 3. Sumber data

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu :

### a. Data primer

Menurut Supranto, “Data primer ialah data yang langsung diperoleh dari objeknya”.<sup>8</sup> Sumber data primer penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan informan penelitian yang terdiri dari 2 (dua) orang Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu dan 3 (tiga) orang Konsumen Wajib Pajak.

### b. Data sekunder

Menurut Supranto, “Data sekunder ialah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, berupa publikasi/laporan, arsip/dokumentasi, dokumen pribadi, serta peraturan dan undang-undang”.

---

<sup>8</sup> J. Supranto, *Pengantar Statistik Bidang Hukum*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1995), h. 47.

#### 4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### a. Wawancara

Menurut Moleong, “Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan”.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Nasution, wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal, suatu percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.<sup>10</sup>

Ada dua jenis wawancara yaitu wawancara berstruktur dan wawancara bebas (tak berstruktur). Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan wawancara tak terstruktur yang merupakan wawancara yang berbeda dengan yang terstruktur. Wawancara tak terstruktur digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal. Hasil wawancara semacam ini menekankan perkecualian, penyimpangan, penafsiran yang tidak lazim, penafsiran kembali, pendekatan baru, pandangan ahli, atau perspektif tunggal. Wawancara ini sangat berbeda dari wawancara terstruktur dalam hal

---

<sup>9</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), h. 186.

<sup>10</sup> Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 113.

waktu bertanya dan cara memberikan respons, yaitu jenis ini jauh lebih bebas iramanya. Responden biasanya terdiri atas mereka yang terpilih saja karena sifat-sifatnya yang khas. Biasanya mereka memiliki pengetahuan dan mendalami situasi, dan mereka lebih mengetahui informasi yang diperlukan.<sup>11</sup>

b. Observasi

Menurut Moleong, alasan secara metodologis bagi penggunaan pengamatan, yaitu :

Pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan, dan sebagainya; pengamatan memungkinkan pengamat untuk melihat dunia sebagaimana dilihat oleh subjek penelitian, hidup pada saat itu, menangkap arti fenomena dari segi pengertian subjek, menangkap kehidupan budaya dari segi pandangan dan panutan para subjek pada keadaan waktu itu; pengamatan memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh subjek sehingga memungkinkan pula peneliti menjadi sumber data; pengamatan memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek.

Buford Junker (dalam Patton, 1980) dengan tepat memberikan gambaran tentang peranan peneliti sebagai pengamat, sebagai berikut :

1) Berperan serta secara lengkap

Pengamat dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamatinya. Dengan demikian ia dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkannya, termasuk yang dirahasiakan sekalipun.

---

<sup>11</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian ...*, h. 190-191.

## 2) Pemeranserta sebagai pengamat

Peranan peneliti sebagai pengamat dalam hal ini tidak sepenuhnya sebagai pemeranserta tetapi tetap melakukan fungsi pengamatan. Peranan demikian masih membatasi para subjek menyerahkan dan memberikan informasi terutama yang bersifat rahasia.<sup>12</sup>

### c. Dokumentasi

Menurut Moleong, dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.<sup>13</sup>

Dokumen-dokumen yang mungkin tersedia mencakup: budget, iklan, deskripsi kerja, laporan tahunan, memo, arsip sekolah, korespondensi, brosur informasi, materi pengajaran, laporan berkala, websites, paket orientasi atau rekrutmen, kontrak, catatan proses pengadilan, poster, detik-detik pertemuan, menu, dan banyak jenis item tertulis lainnya.<sup>14</sup>

## 5. Teknik keabsahan data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini, yaitu :

---

<sup>12</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian ...*, h. 175-177.

<sup>13</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian ...*, h. 216-219.

<sup>14</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2015), h. 172.



a. Perpanjangan keikutsertaan peneliti

Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian. Menurut Moleong, “Perpanjangan keikutsertaan peneliti berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai”.<sup>15</sup>

b. Triangulasi

Menurut Moleong, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode triangulasi dengan sumber. Menurut Moleong, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan yaitu:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

---

<sup>15</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian ...*, h. 327.

- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>16</sup>

#### 6. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas, dan datanya sampai jenuh.

Menurut Miles and Huberman, bahwa untuk menganalisis data kualitatif dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Reduksi data (*data reduction*), berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya, lalu membuang data yang tidak perlu.

---

<sup>16</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian ...*, h. 330-331.

- b. Penyajian data (*data display*), berarti melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.
- c. Penarikan kesimpulan (*verification*), berarti kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 337-345.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kepuasan Konsumen

##### 1. Pengertian konsumen

Konsumen adalah pengguna barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain. Dalam ilmu ekonomi mikro, konsumen adalah seseorang atau kelompok yang melakukan serangkaian kegiatan konsumsi barang atau jasa. Pengertian lain tentang konsumen adalah orang atau sesuatu yang membutuhkan, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa.

Pengertian konsumen menurut Philip Kotler (2000), dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen adalah raja maka produsen yang memiliki prinsip *holistik marketing* harus memperhatikan hak-hak konsumen.<sup>18</sup>

##### 2. Pengertian kepuasan konsumen

Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah kepuasan atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca-pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman

---

<sup>18</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 46.

menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut. Menurut Brown (1992), kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen yang puas mengonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Adapun menurut Wells dan Prenskey (1996), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2003), kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik berupa kesenangan maupun ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, dapat dipastikan konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, konsumen akan merasa puas.<sup>19</sup>

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Lupiyoadi (2001), menyebutkan 5 (lima) faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, yaitu:

---

<sup>19</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen ...*, h. 233-234.

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgonery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari factor eksternal adalah citra mereka.
- b. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- e. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk medapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi adalah kualitas produk. Produk dikatakan berkualitas jika memenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk. Harapan ini bertumpu pada citra produk. Selanjutnya, citra produk merupakan komponen dalam citra merek.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen ...*, h. 239.

#### 4. Elemen kepuasan konsumen

Wilkie (1994), membagi kepuasan konsumen dalam 5 (lima) elemen sebagai berikut:

##### a. *Expectations*

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase pra-pembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan pengharapan atau keyakinan mengenai hal-hal yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan produk tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan pada fase pasca-pembelian ketika mereka secara aktif mengonsumsi kembali produk tersebut.

##### b. *Performance*

Selama mengonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

##### c. *Comparison*

Setelah mengonsumsi, terdapat adanya harapan pra-pembelian dan persepsi kinerja aktual, yang mendorong konsumen untuk membandingkan keduanya.

##### d. *Confirmation/Disconfirmation*

Hasil perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level



yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja actual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.

e. *Discrepancy*

Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengindikasikan perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu ketika kinerja aktual berada di bawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.<sup>21</sup>

5. Strategi kepuasan pelanggan/konsumen

Fandi Tjiptono (2004), yang dikutipnya dari beberapa pakar mengemukakan beberapa strategi kepuasan pelanggan sebagai berikut<sup>22</sup>:

- a. *Strategi superior customer service* (Schnaars, 1994: 296). Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior. Oleh karena itu, sering (tetapi tidak harus) perusahaan yang menawarkan *customer service* yang lebih baik akan membebankan harga yang lebih tinggi pada produk-produknya. Akan tetapi, mereka memperoleh manfaat besar dari pelayanan yang lebih baik tersebut berupa tingkat pertumbuhan yang cepat dan besarnya laba (*gian*) yang diperoleh. Contoh pelayanan yang dapat diberikan adalah

---

<sup>21</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen ...*, h. 234-235.

<sup>22</sup> Nana Herdiana Abdurahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), h. 428-432.

memberikan pelayanan konsultasi gratis dalam menentukan format iklan bagi para pemasang iklan dan lain-lain.

- b. Strategi pemasaran berupa *relationship marketing* (Mc Kenna, 1991 dalam Pawitra, 1993: 143-144), yaitu transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual yang berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus (Jackson, 1985 dalam Schnaars, 1991: 292) yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*). Pentingnya hubungan ini ditunjukkan dalam pernyataan Levitt (Schnaars, 1991: 2-5) bahwa semakin banyak kegiatan ekonomi dunia yang dilakukan melalui hubungan panjang antara pembeli dan penjual.

Agar *relationship marketing* dapat diimplementasikan, perlu diperlakukan *customer database* (Goni, 1992: 2-5). Yang perlu diperhatikan di sini adalah hubungan yang baik tidak hanya dibina dengan pelanggan, tetapi juga dengan pemasok, bahkan dengan perusahaan pesaing. Dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pembelian ulang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Pelanggan yang loyal belum tentu merasa puas. Sebaliknya, pelanggan yang puas cenderung untuk menjadi pelanggan yang loyal.

Salah satu varian dari *relationship marketing* ini adalah *Frequency Marketing*, yaitu usaha untuk mengidentifikasi, memelihara, meningkatkan hasil dari pelanggan terbaik (*best customers*), melalui hubungan jangka panjang yang interaktif dan bernilai tambah (Colloquy dalam Kotler, 1994).

- c. Strategi *unconditional guarantees* atau *extraordinary guarantees* (Hart, 1988: 54-62) atau *extraordinary guarantees* (Hart dalam Supiyo, 1993: 82-83). Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu, juga akan menjadi motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.

Garansi atau jaminan istimewa/mutlak ini dirancang untuk meringankan kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayarnya. Garansi tersebut menjanjikan mutu prima dan kepuasan pelanggan. Fungsi garansi ini adalah mengurangi risiko pelangga pada saat pembelian (barang atau jasa), sekaligus memaksa perusahaan bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dan merebut loyalitas pelanggan. Garansi ini dapat diberikan dalam dua bentuk berikut.

- 1) Garansi internal, yaitu janji yang dibuat oleh departemen atau divisi kepada pelanggan internalnya, yaitu orang-orang yang

bekerja saling mendukung dalam satu perusahaan. Garansi ini dilandaskan pada komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik, ketepatan waktu, akurasi, kejujuran, masukan, ataupun kesungguhan. Contoh garansi internal adalah jaminan dan divisi transportasi untuk mengantarkan atau mengambil barang secara tepat waktu bagi divisi lainnya.

- 2) Garansi eksternal, yaitu jaminan yang dibuat oleh perusahaan kepada para pelanggan eksternalnya, menyangkut servis yang unggul dan produk yang andal serta berkualitas tinggi. Dalam hal ini perusahaan harus benar-benar menepatinya karena apabila tidak ditepati, akan menjadi bumerang. Contoh garansi ini adalah janji mengantarkan produk secara tepat waktu, garansi bahwa produk berkualitas tinggi, jaminan mendapatkan ganti rugi apabila kualitas produk tidak sesuai dengan yang dijanjikan, jaminan potong harga jika melakukan pembelian ulang di perusahaan yang sama, dan lain-lain. Garansi eksternal harus realistis dan dinyatakan secara spesifik, misalnya jaminan untuk mengantarkan produk dalam waktu setengah jam atau biaya mengantarkannya gratis.

- d. Strategi penanganan keluhan yang efisien (Schaars, 1991: 298-301).  
Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan

yang puas. Ada empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu sebagai berikut:

1) Empati terhadap pelanggan yang marah.

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan harus bersikap empati. Untuk itu, perusahaan perlu meluangkan waktu untuk mendengar keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian, permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang diharapkan dapat diupayakan bersama.

2) Kecepatan dalam penanganan keluhan.

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, rasa tidak puas terhadap perusahaan semakin bertumpuk dan tidak dapat diubah lagi. Sebaliknya, apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas.

3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Perusahaan harus memerhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang.

4) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, pertanyaan, dan keluhannya.

- e. Strategi peningkatan kinerja perusahaan, meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan (yang penilaiannya dapat didasarkan pada survey pelanggan) ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan empowerment yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.
  - f. Menerapkan, yaitu praktik untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD merupakan konsep yang pertama kali dikembangkan di Jepang, kemudian berkembang luas. Telah banyak perusahaan besar yang menerapkan konsep ini, di antaranya Xerox, General Motors, Hewlett Packard, AT&T, Toyota, Procter & Gamble, Ford Motor Foundation, dan Digital Equipment Corporation.
6. Indikator kepuasan konsumen

Menurut Pratiwi, “Kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan”. Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut: senang atau kecewa atas perlakuan atau pelayanan yang diterima, mengeluh atau mengharap atas perlakuan yang semestinya diperoleh, tidak membenarkan atau menyetujui sesuatu yang bertautan dengan kepentingannya, menghendaki pemenuhan

kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima.<sup>23</sup> Fandi Tjiptono (2004), yang dikutipnya dari beberapa pakar juga mengemukakan indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan merekomendasi, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.<sup>24</sup>

## **B. Pelayanan Publik**

### **1. Pengertian pelayanan publik**

Konsepsi pelayanan publik terus mengalami perkembangan. Dulu pelayanan publik diartikan sebagai semua jenis pelayanan yang dilakukan oleh negara atau pemerintah. Karena peran negara atau pemerintah semakin mengecil, maka pelayanan publik kemudian dikonsepsikan sebagai semua bentuk pelayanan yang dilakukan dengan menggunakan uang negara. Dalam perjalanan selanjutnya, pelayanan publik dikaitkan dengan pengelolaan barang dan jasa publik. Begitu

---

<sup>23</sup> A. Nurwahida, *Pengaruh Etika Pelayanan Islami ...*, h. 94.

<sup>24</sup> Nana Herdiana Abdurahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), h. 435.



banyak definisi atau konsep pelayanan publik. Akan tetapi dari sekian banyak definisi dan konsepsi tersebut, dapat dibedakan adanya dua jenis pelayanan publik, yaitu pelayanan publik dalam arti sempit (mikro) dan pelayanan publik dalam arti luas (makro).

Pelayanan publik dalam arti sempit (mikro) adalah pelayanan publik yang pengelolaannya dapat dilakukan hanya oleh satu unit kerja atau satu sub unit kerja. Pelayanan publik seperti ini banyak dibuat kebijakannya oleh Kementerian PAN & RB. Standar yang harus dipenuhi agar pelayanan publik yang baik dapat diwujudkan disebut Standar Pelayanan. Bila standar pelayanan ini dapat dipenuhi, maka akan dapat diwujudkan pelayanan prima. Sementara itu pelayanan publik dalam arti luas (makro) adalah pelayanan publik yang pengelolaannya tidak dapat dilakukan hanya oleh satu unit kerja apalagi satu sub unit kerja, tetapi harus melibatkan banyak organisasi. Pelayanan publik seperti ini kebijakannya diatur oleh Kementerian Dalam Negeri, standar yang harus dipenuhinya disebut Standar Pelayanan Minimal.<sup>25</sup>

Menurut Lovelock, “Kualitas pelayanan ditandai dengan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.<sup>26</sup> Tercapainya keinginan wajib pajak itu berhasil karena pelayanan publik yang berkualitas, pelayanan karyawan yang bersifat sopan, cara

---

<sup>25</sup> Ratminto, *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A Sampai Z*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2017), h. 6.

<sup>26</sup> A. Nurwahida, *Pengaruh Etika Pelayanan Islami dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Samsat Wajo*, Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 2 No. 4, 2019, h. 94.

menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat dan keramah-tamahan, sehingga kepuasan pelanggan merupakan respon. Setiap layanan yang diberikan, senantiasa berorientasi pada tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

## 2. Dimensi kualitas/mutu pelayanan

Parasuraman dan Leonardo L. Berry (dalam Moenir, 1998:98), mengemukakan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi umum yang dapat digunakan untuk menilai mutu pelayanan dalam industri jasa, yaitu:

### 1. *Reliability*

Artinya kemampuan untuk dapat memberikan jasa yang dijanjikan dan akurat. Pelayanan yang disajikan adalah sesuai dengan harapan konsumen yang berarti bahwa jasa meliputi ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan, dan tanpa kesalahan.

### 2. *Responsiveness*

Adalah kebijakan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan tersebut. Pada kejadian dalam memberikan pelayanan yang gagal, kemampuan untuk segera menanggulangi kejadian tersebut secara profesional, dapat memberikan persepsi yang positif atas kualitas pelayanan.

### 3. *Assurance*

Adalah kecakapan instansi/karyawan dalam menjamin kerahasiaan para konsumen.

### 4. *Emphaty*

Empati berarti memberi perhatian, yang berupa perhatian individual kepada konsumen. Empati meliputi : pendekatan kepada konsumen, rasa aman, dan kemampuan untuk memahami keinginan konsumen.

### 5. *Tangibles*

Adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan alat-alat komunikasi. Keadaan fisik disekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh si pemberi jasa.<sup>27</sup>

Mengingat jenis pelayanan sangat beragam dengan sifat dan karakteristik yang berbeda, berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor Nomor : KEP/25/PAN/2/2005 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah, maka untuk memudahkan penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM), unit pelayanan diperlukan pedoman umum yang digunakan sebagai acuan bagi Instansi, Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan di lingkungan instansi masing-masing. Oleh

---

<sup>27</sup> Rudi Rinaldi, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik*, Jurnal, Vol. 1 No.1, Juni 2012, h. 25.

karena itu, penetapan unsur penilaian telah didahului dengan penelitian yang dilaksanakan atas kerja sama Kementerian PAN dengan BPS. Dari hasil penelitian diperoleh 48 (empat puluh delapan) unsur penting yang mencakup berbagai sektor layanan yang sangat bervariasi dan dari hasil pengujian akademis/ilmiah diperoleh 14 (empat belas) unsur yang dapat diberlakukan untuk semua jenis pelayanan, untuk mengukur indeks kepuasan masyarakat unit pelayanan.

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Men. PAN. Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003, yang kemudian dikembangkan menjadi 14 (empat belas) unsur yang “relevan, valid” dan “reliable”, sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan,
2. Persyaratan Pelayanan,
3. Kejelasan petugas pelayanan,
4. Kedisiplinan petugas pelayanan,
5. Tanggung jawab petugas pelayanan,
6. Kemampuan petugas pelayanan,
7. Kecepatan pelayanan,
8. Keadilan mendapatkan pelayanan,
9. Kesopanan dan keramahan petugas,
10. Kewajaran biaya pelayanan,
11. Kepastian biaya pelayanan,

12. Kepastian jadwal pelayanan,
13. Kenyamanan lingkungan,
14. Keamanan Pelayanan.<sup>28</sup>

### C. Etika Bisnis Islam

#### 1. Pengertian etika

Etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* (bentuk tunggal) yang berarti tempat tinggal, padang rumput, kebiasaan watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha* yang berarti adat istiadat. Menurut Kanter, kata etika sama pengertiannya dengan moral. Moral berasal dari kata Latin, yaitu *mas* (bentuk tunggal) dan *mores* (bentuk jamak) yang berarti adat istiadat.<sup>29</sup> Beberapa pengertian tentang etika, diantaranya:

- a. Ada dua pengertian etika. Sebagai praktis dan sebagai refleksi. Sebagai praksis etika berarti nilai-nilai dan norma-norma baik yang dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Artinya, etika sebagai praksis sama artinya dengan moral atau moralitas yang mengandung apa yang harus dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan, apa yang pantas dilakukan, dan sebagainya.
- b. Etika adalah satu pendekatan atas penilaian moral yang didasarkan atas penalaran, analisis, sintesis dan reflektif (Baron, 2005).

---

<sup>28</sup> Rudi Rinaldi, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik ...*, h. 25-26.

<sup>29</sup> Bakkareng dan Yun Hendri Danhas, *Budaya dan Etika Bisnis*, (Jakarta: Citra Harta Prima, 2017), h. 23.

c. Etika secara etimologis dapat diartikan sebagai ilmu tentang adat ebiiasaan, yang berkenaan dengan hidup yang baik dan buruk (Kanter, 2001).<sup>30</sup>

## 2. Pengertian bisnis

Apa yang dimaksud dengan bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat pada asal katanya bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti: Perusahaan, Urusan atau Usaha. Misalnya *The Grocery Business* = Perusahaan sayur mayur. *It is not your business* = ini bukan urusanmu. *This store is going out of business* = Toko ini akan menghentikan usahanya.

Hughes dan Kapoor menyatakan: *Business is the rganised effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that sattefy society or within an industry*. Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industri. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut entrepreneur. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka entrepreneur harus mengkombinasikan 4 (empat) macam sumber yaitu: material, *human*, *financial* dan informasi.

---

<sup>30</sup> Bakkareng dan Yun Hendri Danhas, *Budaya dan Etika Bisnis ...*, h. 24.

Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis ialah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada 3 (tiga) hal yaitu: usaha-usaha perorangan kecil-kecilan dalam bidang barang dan jasa, usaha perusahaan besar seperti pabrik, transport, perusahaan surat kabar, hotel dan sebagainya, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa.

Pendapat yang ketiga ini akan sangat luas sekali sebab mencakup usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan swasta baik yang mengejar laba ataupun tidak. Brown dan Petrello (1976) menyatakan bahwa *“Business is an institution which produces goods and services demanded by people”*. Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Yang dimaksud dengan laba ialah penerimaan bisnis yang jumlahnya lebih besar daripada biaya yang sudah diperhitungkan untuk menghasilkan barang dan jasa. Pengertian bisnis diatas menekankan pada kegiatan yang bersifat mencari laba, dengan menghasilkan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Sifat jasa ini tidak berujud, seperti jasa bidang keuangan, asuransi, transportasi, fasilitas umum, grosir, dan retail, banking, kesehatan Juga

bisnis yang menghasilkan barang seperti perumahan, pakaian, sandang, papan, pangan.<sup>31</sup>

### 3. Prinsip-prinsip etika bisnis

Adapun komponen atau prinsip budaya dan etika bisnis itu, ialah sebagai berikut:

#### a. *Trust* (kepercayaan)

Kepercayaan adalah suatu hal yang mahal. Membangun kepercayaan tidaklah mudah. Seorang pebisnis atau bisnis yang dijalankan tidak bisa mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya begitu saja tanpa ada upaya untuk itu. Upaya nyata yang dilakukan oleh pebisnis atau dalam aktivitas bisnis yang bertujuan untuk menumbuhkan kepercayaan baik secara internal maupun eksternal, akan menentukan etis tidak etisnya bisnis yang dijalankan. Kepercayaan menjadi salah satu prinsip dari budaya dan etika maksudnya ialah dalam budaya dan etika bisnis itu, terdapat upaya dari pebisnis dan aktivitas bisnis untuk menciptakan kepercayaan. Tanpa ada upaya ini, maka bisnis tidak akan berjalan etis.

#### b. *Success* (kesuksesan)

Sukses adalah impian dari semua aktivitas bisnis. Kesuksesan tidak datang begitu saja. Meraih kesuksesan memerlukan banyak hal. Hal-hal yang dilakukan untuk mencapai kesuksesan dari suatu bisnis tidak bisa dilakukan oleh perorangan, tetapi mesti menjadi tanggung

---

<sup>31</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 20-21.



jawab dan peran serta semua orang. Bagaimana upaya nyata yang dilakukan oleh pebisnis atau dalam aktivitas bisnis yang bertujuan untuk meraih kesuksesan, akan menentukan etis tidak etisnya bisnis yang dijalankan. Maksud sukses sebagai salah satu dari prinsip dari budaya dan etika ini ialah, bahwa dalam budaya dan etika bisnis itu, terdapat upaya nyata dari pebisnis dan aktivitas bisnis untuk meraih kesuksesan. Apabila tidak ada niat dan upaya untuk sukses, maka bisnis yang dijalankan tidak akan bisa berbudaya dan beretika. Kalaupun tujuannya hanya untuk sukses semata, belum tentu bisnis itu berbudaya dan beretika, karena ke 7 (tujuh) prinsip yang ada dalam budaya dan etika bisnis ini merupakan satu kesatuan.

c. *Reputation*

Yang mendasari budaya dan etika bisnis berikutnya ialah reputasi. Aktivitas bisnis yang dijalankan tanpa memperhatikan prinsip reputasi, sudah bisa diramalkan bisnis itu tidak akan bertahan lama. Semua upaya yang dilakukan untuk meningkatkan dan mempertahankan reputasi oleh suatu bisnis, merupakan salah satu hal yang mendasari bisnis yang dijalankan tersebut untuk memiliki budaya dan etika.

d. *Achievement* (prestasi)

Begitu juga halnya dengan prinsip ke 4 (empat) berupa prestasi. Adalah hal yang alamiah semua orang ingin mendapatkan

prestasi yang tinggi dan diakui. Motivasi ini membuat bisnis dijalankan lebih berbudaya dan beretika.

e. *Prestige*

Tak berbeda dengan prinsip 3 dan 4 di atas. *Prestise* adalah suatu kebanggaan. Semua bisnis dijalankan menginginkan *prestise*. Hal ini akan menjadi dasar bagi aktivitas bisnis dijalankan untuk lebih berbudaya dan beretika.

f. *Honest*

Prinsip *honest* (kejujuran) merupakan prinsip yang utama dalam berbudaya dan beretika dalam berbisnis. Tanpa adanya kejujuran, dan upaya untuk bisa menerapkan kejujuran ini, bisnis yang dilaksanakan tidak akan pernah berbudaya dan beretika.

g. *Responsibility*

Prinsip ketujuh, *responsibility* adalah bertanggung jawab. Sikap dan perilaku bertanggung jawab dari suatu bisnis akan menjadi landasan dan dasar yang kuat bagi bisnis itu memiliki budaya dan etika. Tanggung jawab yang dimaksud ini bukan hanya tanggung jawab moral, tetapi juga tanggung jawab materil.<sup>32</sup>

Ketujuh hal di atas adalah prinsip atau hal-hal yang mendasari aktivitas bisnis yang memiliki budaya dan etika. Hal ini merupakan prinsip pula dalam konsep ilmu budaya dan etika bisnis.

---

<sup>32</sup> Bakkareng dan Yun Hendri Danhas, *Budaya dan Etika Bisnis ...*, h. 52-54.

#### 4. Pengertian etika bisnis Islam

Dalam perpektif Islam, etika sering dikaitkan dengan istilah akhlak (*khuluq*) yang kurang lebih juga bermakna sama dengan etika, yakni pedoman mengenai apa yang boleh untuk dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan (Rofiah, 2014). Meskipun memiliki definisi yang hampir sama, etika dan akhlaq memiliki sumber yang berbeda. Etika bersumber pada kebiasaan atau adat-istiadat yang dianggap baik, tetapi akhlak bersumber pada al-Quran dan Hadis.<sup>33</sup>

Menurut Harahap (2011), menyatakan bahwa etika atau moral dalam Islam merupakan hasil dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan seorang manusia yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah Swt. Perintah Allah Swt di dalam wahyunya memang tidak hanya terkait peribadatan secara ritual saja, tetapi juga terkait dengan perbuatan-perbuatan baik terhadap sesama manusia dan lingkungan sebagai suatu bentuk implementasi dari kesalehan sosial dari umat Islam (Muslich, 2004).

Muslich (2004) mengungkapkan bahwa etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok dan masyarakat dalam interaksi hidup ketiganya dalam konteks bermasyarakat maupun hubungan dengan Allah Swt dan lingkungannya". Ketika berhadapan dengan ajaran moral, maka terkandung didalamnya penilaian baik-

---

<sup>33</sup>Galuh Anggraeny, *Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam*, Jurnal *Academica*, Vol. 1 No. 2, 2017, h. 233-235.

buruk, benar-salah, diterima atau tidak sebuah perilaku menurut suatu norma, aturan, ajaran, dan hukum tertentu (Chairyaway, 2012).

Islam merupakan agama yang komprehensif, sehingga seluruh aktivitas seorang muslim harus berlandaskan pada etika Islam, termasuk pula dalam berbisnis. Etika bisnis tidak hanya dipandang dari aspek etika secara parsial, tetapi dipandang secara keseluruhan yang memuat kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam agama Islam. Artinya, bahwa etika bisnis menurut hukum Islam harus dibangun dan dilandasi oleh prinsip-prinsip kesatuan (*unity*), keseimbangan/keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas/ikhtiar (*free will*), pertanggungjawaban (*responsibility*) dan kebenaran (*truth*), kebajikan (*wisdom*) dan kejujuran (*fair*).

Fauzan (2013) menyatakan bahwa etika bisnis Islam memiliki dua aspek yang melekat yakni kejujuran dan keadilan. Prinsip kejujuran akan melahirkan berbagai sikap yang terpuji, yaitu: tidak menutupi cacat barang yang dijual, tidak melakukan penipuan dalam jual beli, tidak melakukan gharar, dan segala macam transaksi yang dilarang dalam Islam. Sedangkan Prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab. Keseimbangan di dunia dan di akhirat serta tanggung jawab kepada sesama manusia dan tanggung jawab kepada Allah atas segala yang telah diperbuatnya di dunia.

Jadi, etika bisnis Islam merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keislaman di dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam bersumber langsung pada firman Allah dan Hadis Nabi, kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma itulah yang akan mengatur etika, akhlak atau tingkah laku seorang muslim (Harahap, 2011).

Dalam buku *Etika Bisnis* karangan Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya.<sup>34</sup> Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.

---

<sup>34</sup> Erly Juliyani, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*, Jurnal Ummul Qura, Vol VII No 1, Maret 2016, h. 65-66.

Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kejayaan, kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung.

#### 5. Fungsi etika bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Dijelaskan sebagai berikut :

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang

beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.<sup>35</sup>

#### 6. Aksioma dasar etika bisnis Islam

Dilihat dari perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, disamping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku pencipta-Nya. Oleh karena itu, untuk bisa berbuat baik pada semuanya itu, manusia di samping diberi kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Tuhan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*tawazun*) dan keadilan (*qist*). Di samping tanggung jawab (*responsibility*) yang akan di hadapkan kepada Tuhan. Lima konsep inilah yang disebut aksioma dasar etika bisnis Islam, yang terdiri atas prinsip-prinsip umum yang terhimpun menjadi satu kesatuan yang terdiri atas konsep-konsep keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*).

Sejumlah aksioma dasar etika bisnis Islam tersebut sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya, serta sudah dikembangkan dan dirumuskan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Penjelasan aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut :

---

<sup>35</sup> Erly Juliyani, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam ...*, h. 66.

a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*).

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Konsep tauhid merupakan *dimensi vertical* Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Hubungan *vertical* ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titahnya. Oleh karena itu tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjaminkelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan, dan kehormatan manusia yang telah didesain Allah menjadi makhluk yang dimuliakan.

Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek kehidupan yang lainnya, seperti ekonomi, akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuannya. Perhatian terus menerus untuk kebutuhan etik dan dimotivasi oleh ketauhidan kepada Tuhan Yang Maha Esa akan meningkatkan kesadaran individu mengenai *insting altruistiknya*, baik terhadap sesama manusia maupun alam



lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim.

b. Keseimbangan (*Keadilan/Equilibrium*).

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha Muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketakwaan.

c. Kehendak bebas (*Ikhtiyar/Free Will*)

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahahan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada

kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis maupun tidak etis yang akan ia jalankan.

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata, oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam Syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.

d. Pertanggung jawaban (*Responsibility*)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah kelak di hadapan Tuhan. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya. Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

e. Ihsan (*Benevolence*)

Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat

Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.

Dalam sebuah bisnis, Ahamad menggarisbawahi sejumlah perbuatan yang dapat *mensupport* pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis, yaitu:

- 1) Kemurahan hati (*leniency*)
- 2) Motif pelayanan (*service motive*)
- 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Selain hal yang disebutkan di atas, manusia juga diwajibkan untuk mengenal dan mengobservasi skala prioritas al-Quran, seperti:

- 1) Lebih memilih kepada penghargaan akhirat ketimbang penghargaan duniawi
- 2) Lebih memilih kepada tindakan yang bermoral ketimbang yang tidak bermoral
- 3) Lebih memilih halal ketimbang yang haram.<sup>36</sup>

#### 7. Etika bisnis Islam dalam pelayanan

Menurut Rhamadhani, terdapat nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

##### a. Etika pelayanan jujur (*sidiq*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur adalah kesesuaian antara berita yang

---

<sup>36</sup> Erly Juliyani, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam ...*, h. 66-70.

disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi. Tidak menipu (*al-kadzih*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu, seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Indikator jujur adalah:

- 1) Jujur dalam bentuk aturan.
- 2) Jujur dalam pembiayaan.
- 3) Jujur dalam penyelesaian waktunya.
- 4) Jujur dalam perkataan.

b. Etika pelayanan kesopanan/keramahan (*tabligh*)

*Tabligh* artinya komunikatif dan argumentative. Orang yang memiliki sifat tablighakan menyampaikan dengan dan tutur kata yang tepat. Kesopanan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Maksudnya apabila melayani seseorang dengan sopan/ramah maka orang yang dilayani akan merasa puas. Selain itu, melayani dengan rendah hati yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun penuh dengan tanggung jawab. Sopan merupakan unsur penting dalam kehidupan bersosialisasi sehari-hari setiap orang, karena dengan menunjukkan sikap sopan santunlah seseorang dapat dihargai dan disenangi dengan keberadaannya sebagai makhluk sosial dimana pun tempat ia berada. Adapun indikator sopan adalah:

- 1) Bertutur kata dengan baik.

- 2) Sopan santun dalam berpakaian.
- 3) Sopan dalam memberikan pelayanan kepada orang.
- 4) Murah senyum.

c. Etika pelayanan tanggung jawab

Islam menekankan konsep tanggung jawab walaupun tidak mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab, karena kebebasan yang diberikan di atas, manusia harus memberikan pertanggung jawabannya nanti dihadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya. Bertanggung jawab adalah suatu tindakan yang sangat menjunjung tinggi etika dan moral. Adapun indikator tanggung jawab adalah:

- 1) Bertanggung jawab dalam memberikan kemudahan pelanggan melakukan transaksi.
- 2) Keluhan pelanggan selalu ditanggapi dengan baik.
- 3) Menangani transaksi secara cepat dan tepat.
- 4) Memberikan pelayanan secara transparan.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ramadhani, *Kualitas Pelayanan Islami dan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*, (Bandung: Universitas Islam Bandung, 2015), h. 27.

## **BAB III**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **A. Sejarah dan Dasar Hukum Samsat**

##### 1. Sampai dengan tahun 1974

Babak perpanjangan STNK mesti membuang waktu cukup lama karena mesti mendatangi tiga kantor. Membayar pajak mesti datang ke kantor pajak. Esoknya, mereka yang berhasrat membayar Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) dan mesti mendatangi kantor Asuransi Afal yang berguna Raharja. Dan mereka pun mesti mendatangi kantor polisi lalu lintas untuk mendapat STNK. Masing-masing instansi belum terintegrasi.

##### 2. Tahun 1974-1976

Dengan Tujuan Registrasi dan Identifikasi Forensik Ranmor dan data pengemudi semakin akurat, kecepatan dan kemudahan pelayanan kepada masyarakat, dilakukan ujicoba pembentukan Samsat di Polda Metro Jaya.

##### 3. Tahun 1976-1988

Berlandaskan INBERS 3 Menteri, Menhankam, Menkeu dan Mendagri No. Pol. KEP/13/XII/1976, No.KEP-1693/MK/IV/12/1976, 311 TAHUN 1976 bahwa Konsep Samsat diberlakukan di seluruh Indonesia Kepolisian RI, PT Afal yang berguna Raharja (Persero) dan Dinas Pendapatan Provinsi bersama-sama. Meski demikian masing-

masing instansi menerbitkan tanda bukti untuk setiap pelunasan kewajiban di SAMSAT.

4. Tahun 1988-1993

Berlandaskan INBERS, Menhankam, Menkeu dan Mendagri No. INS/03/X/1988, No. 5/IMK.013/1988, No. 13A Tahun 1988 dilakukan penyederhanaan dokumen yaitu: Formulir permohonan/pendaftaran STNK/Pajak/SWDKLLJ digabung jadi satu. Tanda Pelunasan Pembayaran SWDKLLJ PT Afal yang berguna Raharja (Persero) yang tercantum dalam STNK/STCK berjalan sebagai pengganti polis Asuransi (sertifikat).

5. Tahun 1993-1999

Diberlakukan revisi masa berjalan STNK dan TNKB dari 1 tahun menjadi 5 tahun namun setiap tahunnya melaksanakan pengesahan STNK berlandaskan INBERS Panglima Angkatan Bersenjata, Menkeu dan Mendagri No. INS/02/II/1993, No. 01/IMK.01/1993, No. 2A Tahun 1993. Mekanisme Perpanjangan STNK diwujudkan 5 pokja (loket) untuk pelayanan.

6. Tahun 1999 s.d. Sekarang

Berlandaskan INBERS Menhankam, Menkeu dan Mendagri No. Pol. INS/03/M/X/1999, No. 6/IMK.014/1999, No. 29 Tahun 1999 menetapkan penyempurnaan dan penyederhanaan sistem operasi pelayanan dari 5 loket menjadi 2 loket. Pembayaran SWDKLLJ yang tertera pada SKPD berfungsi sebagai pengganti polis asuransi (sertifikat).



Tanda Pelunasan dan Pengesahan digabung dengan Surat Ketetapan Pajak Kawasan (SKPD) yang telah divalidasi cash register sebagai tanda bukti pembayaran.<sup>38</sup>

## **B. Profil Singkat Samsat Bengkulu**

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (disingkat Samsat) atau dalam bahasa Inggris disebut *One-stop Administration Services Office* adalah suatu sistem administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung. Contoh dari samsat adalah dalam pengurusan dokumen kendaraan bermotor.

Samsat merupakan suatu sistem kerjasama secara terpadu antara Polda Bengkulu, Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Provinsi Bengkulu, dan PT. Jasa Raharja Cabang Bengkulu dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara, baik melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ), dan dilaksanakan pada satu kantor yang dinamakan “Kantor Bersama Samsat”.<sup>39</sup>

Dalam hal ini, Polda Bengkulu memiliki fungsi penerbitan STNK. Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Provinsi Bengkulu menetapkan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan

---

<sup>38</sup> [http://p2k.itbu.ac.id/en3/1-3080-2950/Sistem-Administrasi-Manunggal-Satu-Atap\\_106180\\_set-of-indonesian-cyclopedia-q-itbu.html](http://p2k.itbu.ac.id/en3/1-3080-2950/Sistem-Administrasi-Manunggal-Satu-Atap_106180_set-of-indonesian-cyclopedia-q-itbu.html), diakses pada tanggal 18 Agustus 2021.

<sup>39</sup> <https://samsat.bengkuluprov.go.id/blog/> diakses pada tanggal 18 Agustus 2021.

Bermotor (BBN-KB). Sedangkan PT. Jasa Raharja mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ).<sup>40</sup>

### **C. Visi dan Misi Samsat Bengkulu**

#### 1. Visi

Terwujudnya peningkatan pendapatan daerah yang berkesinambungan dan memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat dengan sistem komputerisasi online.

#### 2. Misi

- a. Menggali, meningkatkan dan mengembangkan sumber daya pendapatan daerah yang memungkinkan.
- b. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
- c. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan sistem komputerisasi online.
- d. Terlaksananya jaringan ke semua daerah dengan komputerisasi/ internet serta terjalinnya interkoneksi dengan bank.<sup>41</sup>

### **D. Jenis Pelayanan Samsat Bengkulu**

Berdasarkan keputusan Mendagri nomor KUPD 7/7/39-26 tanggal 31 Maret 1978 yang dilaksanakan dengan Peraturan Daerah nomor 4 tahun 1979 tanggal 10 Mei 1979 tentang susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Tingkat I Bengkulu dan Keputusan Gubernur Kepala Daerah no 137/SK/B.V 1980 tentang pelaksanaan perda tersebut yang

---

<sup>40</sup> <https://samsat.bengkuluprov.go.id/blog/> diakses pada tanggal 18 Agustus 2021.

<sup>41</sup> <https://samsat.bengkuluprov.go.id/blog/> diakses pada tanggal 18 Agustus 2021.

antara lain mengatur nama, kedudukan tugas dan fungsi Dinas Pendapatan Daerah Tingkat I Bengkulu, susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Daerah Tingkat I Bengkulu.

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 08 Tahun 2016 Pasal 3 ayat 1 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Bengkulu maka pada tanggal 21 Desember 2016 Dinas Pendapatan Daerah diubah berdasarkan Ketetapan Peraturan Gubernur Bengkulu Nomor 69 Tahun 2016 menjadi Badan Pengelolaan Keuangan Daerah (BPKD). Dinas Pendapatan Daerah bergabung dengan Biro Keuangan digabungkan menjadi Badan Pengelolaan Keuangan Daerah (BPKD).

Kepala Sub Bidang Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor mempunyai tugas melaksanakan, mengkoordinasikan dan merumuskan penyusunan kebijakan teknis pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor.

Jenis pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu yaitu di Samsat Induk Air Sebakul yang melayani : pengesahan STNK/ pajak tahunan, perpanjangan STNK/teliti ulang per 5 tahun, balik nama kendaraan/ganti alamat/mutasi masuk/mutasi keluar, dan duplikat/rubentina. Sedangkan Samsat Keliling melayani pengesahan STNK/Pajak Tahunan dengan persyaratan diantaranya: E-KTP asli dan fotokopi, STNK asli. Waktu pelayanan Samsat Keliling adalah hari Senin - Kamis pada pukul 08.30 -

15.00 WIB. Jadwal dan lokasi pelayanan Samsat Keliling bisa dilihat melalui akun sosial media dengan cara menfollow akun Samsat Kota Bengkulu.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> <https://samsat.bengkuluprov.go.id/blog/> diakses pada tanggal 18 Agustus 2021.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Fokus pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu. Untuk itu penulis melakukan wawancara dengan 1 (satu) orang Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu dan 3 (tiga) orang wajib pajak/konsumen, sebagai narasumber untuk mendapatkan informasi mengenai pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu.

Penulis menanyakan kepada Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu tentang jenis pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu, berikut hasil wawancaranya:

“Jenis pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu yaitu di Samsat Induk Air Sebakul yang melayani : pengesahan STNK/pajak tahunan, perpanjangan STNK/teliti ulang per 5 tahun, balik nama kendaraan/ganti alamat/mutasi masuk/mutasi keluar, dan duplikat/rubentina. Sedangkan Samsat Keliling melayani pengesahan STNK/Pajak Tahunan dengan persyaratan diantaranya: E-KTP asli dan fotokopi, STNK asli. Waktu pelayanan Samsat Keliling adalah hari Senin - Kamis pada pukul 08.30 - 15.00 WIB. Jadwal dan lokasi pelayanan Samsat Keliling bisa dilihat melalui akun sosial media dengan cara menfollow akun Samsat Kota Bengkulu”.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Yofi Karsena Putra, Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 14 September 2020.

Hal di atas sebagaimana yang disampaikan oleh informan yang lain yaitu Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu tentang jenis pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu, berikut hasil wawancaranya:

“Bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu yang pertama bentuk pelayanan di Samsat Induk Air Sebakul yang melayani seperti: pengesahan STNK/pajak tahunan, perpanjangan STNK/teliti ulang per 5 tahun, balik nama kendaraan/ganti alamat/mutasi masuk/mutasi keluar, dan duplikat/rubentina. Sedangkan bentuk pelayanan yang dilakukan Samsat Keliling seperti: pengesahan STNK/Pajak Tahunan dengan persyaratan diantaranya yaitu E-KTP asli dan fotokopi, STNK asli”.<sup>44</sup>

Selanjutnya, penulis menanyakan kepada Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu. Berikut hasil wawancaranya:

“Pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen ketika datang ke kantor Samsat Kota Bengkulu dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor berupa kenyamanan fasilitas yang kami berikan, juga kenyamanan administrasi dalam mengurus pajak kendaraan bermotor. Pelayanan fasilitas dan administrasi yang kami berikan seperti: tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan aman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, kerapihan administrasi dan ketelitian petugas, pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, waktu tunggu tidak lama, kecepatan dalam melayani pelanggan, pelayanan yang sopan dan ramah, jaminan kerahasiaan data, pengetahuan dan keterampilan petugas yang sudah terlatih, kesesuaian dan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan, memberikan rasa nyaman dengan melayani dengan penuh perhatian.”<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Rudi Cahyadi, Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 14 September 2020.

<sup>45</sup>Yofi Karsena Putra, Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 14 September 2020.

Hal di atas sebagaimana yang disampaikan oleh informan yang lain yaitu Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu. Berikut hasil wawancaranya:

“Komitmen kami dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak/konsumen adalah terciptanya kepuasan yang dirasakan wajib pajak/konsumen dalam mengurus pajak kendaraan bermotor. Mengurus pajak ini kan rutin setiap tahunnya, sehingga agar wajib pajak/konsumen tidak kapok untuk selalu rutin membayar pajak di kantor kami, maka kami harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada mereka. Pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen ketika datang ke kantor Samsat Kota Bengkulu dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor berupa kenyamanan fasilitas yang kami berikan, juga kenyamanan administrasi dalam mengurus pajak kendaraan bermotor. Pelayanan fasilitas dan administrasi yang kami berikan seperti: tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan aman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, kerapian administrasi dan ketelitian petugas, kemampuan petugas dalam menyelesaikan masalah yang terjadi ketika mengurus pajak kendaraan bermotor, pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, waktu tunggu tidak lama, kecepatan dalam melayani pelanggan, pelayanan yang sopan dan ramah, jaminan kerahasiaan data, pengetahuan dan keterampilan petugas yang sudah terlatih, kesesuaian dan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan, memberikan rasa nyaman bagi wajib pajak/ konsumen dengan melayani dengan penuh perhatian.<sup>46</sup>

Terkait dengan kualitas pelayanan pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu, penulis menanyakan tentang pelayanan yang diberikan Petugas Samsat Kota Bengkulu dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor kepada wajib pajak/konsumen. Berikut hasil wawancaranya:

---

<sup>46</sup> Rudi Cahyadi, Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 14 September 2020.

“Kualitas pelayanan yang diberikan kepada kami sebagai wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di kantor Samsat Kota Bengkulu menurut saya yaitu tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan aman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, waktu tunggu tidak lama karena kecepatan petugas dalam melayani pelanggan, pelayanan yang sopan dan ramah, serta kesesuaian dan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan”.<sup>47</sup>

“Pelayanan yang diberikan petugas Samsat Kota Bengkulu kepada kami ketika mengurus pajak kendaraan bermotor menurut saya cukup memuaskan karena ruang tunggu yang disediakan cukup nyaman dan aman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, kerapuhan dan ketelitian petugas dalam pengurusan administrasi, waktu tunggu tidak lama, petugas yang memberikan pelayanan cukup sopan dan ramah, serta kesesuaian dengan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan”.<sup>48</sup>

“Menurut saya kualitas pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di kantor Samsat Kota Bengkulu yaitu seperti fasilitas ruang tunggu yang nyaman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, jadi kami tidak menunggu terlalu lama, kecepatan petugas dalam melayani pelanggan, pelayanan yang sopan dan ramah, kesesuaian biaya pelayanan dengan yang telah ditetapkan”.<sup>49</sup>

Penulis juga menanyakan tentang tanggapan wajib pajak/konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Petugas Samsat Kota Bengkulu dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor. Berikut hasil wawancaranya:

“Saya menyukai pelayanan yang diberikan kepada kami sebagai wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di kantor Samsat Kota Bengkulu karena fasilitas kantor yang nyaman serta prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, juga pelayanan yang sopan dan ramah dari para petugasnya, kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan jadi tidak ada pungutan liar yang memberatkan. Tentunya saya dan keluarga akan menjadi pelanggan di samsat ini kalau mengurus pajak motor kami”.<sup>50</sup>

---

<sup>47</sup> Ekson Maryadi, Konsumen Wajib Pajak, Wawancara pada tanggal 15 September 2020.

<sup>48</sup> Sixpo Saputra, Konsumen Wajib Pajak, Wawancara pada tanggal 15 September 2020.

<sup>49</sup> Deko Muhammad Safir, Konsumen Wajib Pajak, Wawancara pada tanggal 16 September 2020.

<sup>50</sup> Ekson Maryadi, Konsumen Wajib Pajak, Wawancara pada tanggal 15 September 2020.



“Menurut saya pelayanan yang diberikan petugas Samsat Kota Bengkulu kepada kami ketika mengurus pajak kendaraan bermotor cukup memuaskan, baik dari fasilitasnya yang nyaman juga prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, kerapian, ketelitian, keramahan, dan kesopanan para petugasnya membuat kita menjadi nyaman. Makanya saya sering bercerita kepada keluarga dan teman-teman untuk membayar pajak motor di samsat saja daripada melalui calo yang biayanya sangat mahal”.<sup>51</sup>

“Kualitas pelayanan yang diberikan para petugas kantor Samsat Kota Bengkulu kepada wajib pajak/konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor menurut saya memuaskan. Karena fasilitas ruang tunggu di kantor yang nyaman, pelayanan pembayaran yang cepat dan profesional, petugas yang ramah dan sopan, serta biaya yang terjangkau juga tidak ada pungli. Tentunya saya dan keluarga menjadi pelanggan kalau ingin membayar pajak motor dan mobil untuk kedepannya. Dan menurut saya pihak samsat harus sering mempromosikan kualitas pelayanannya dengan menyertakan testimoni dari para pelanggannya tentang kualitas yang bagus dari pelayanan samsat agar semakin banyak yang mau membayar pajak kendaraan bermotornya di kantor ini”.<sup>52</sup>

Penulis menanyakan kepada Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu tentang hambatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu beserta solusi yang dilakukan untuk menghadapi hambatan tersebut, berikut hasil wawancaranya:

“Hambatannya biasanya dalam hal kelengkapan berkas-berkasnya untuk mengurus pajak kendaraan bermotor tersebut. Seringkali para wajib pajak/konsumen kurang memperhatikan syarat-syaratnya, jadi ada salah satu berkas persyaratannya yang tidak ada. Kalau sudah begitu, kami tidak bisa meneruskan pelayanan sebelum berkas tersebut lengkap sesuai prosedur yang ada. Mengenai hambatan karena gangguan peralatan elektronik, kegiatan pelayanan di sini jadi terganggu apabila terjadi kerusakan pada *mic* dan alat digital pemanggilan nomor antrian. Kalau sudah begitu kami para petugas harus melakukan proses pelayanan dengan menggunakan suara mulut

---

<sup>51</sup> Sixpo Saputra, Konsumen Wajib Pajak, Wawancara pada tanggal 15 September 2020.

<sup>52</sup> Deko Muhammad Safir, Konsumen Wajib Pajak, Wawancara pada tanggal 16 September 2020.

yang agak keras, dan kadang-kadang kalau sudah capek jadi tidak terlalu keras yang mengakibatkan para wajib pajak kadang-kadang tidak mendengarnya. Hal tersebut kan jadi menghambat kelancaran proses pelayanan. Dan lebih fatal lagi apabila yang *error* itu komputer dan printnya, maka proses pelayanan akan berhenti dulu untuk menunggu perbaikan”.<sup>53</sup>

Hal di atas ditambahkan lagi oleh informan yang lain yaitu Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu tentang hambatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dalam pengurusan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu beserta solusi yang dilakukan untuk menghadapi hambatan tersebut, berikut hasil wawancaranya:

“Hambatan lainnya adalah adanya tugas lain yang harus diselesaikan oleh petugas yang sedang bertugas di bagian pelayanan pajak kendaraan bermotor, ada beberapa pegawai di sini yang masih dibebani tugas di luar Samsat Kota Bengkulu karena petugas di kantor Samsat Kota Bengkulu ini kan sebagian dari anggota kepolisian, kadang-kadang ada panggilan penting yang mendadak dari atasan. Hal ini cukup mengganggu kinerja Samsat Kota Bengkulu, padahal petugas di sini juga terbatas. Jadi kalau ada kegiatan di luar yang perlu penambahan personil, terpaksa kita tinggal dan diganti oleh petugas lain yang sedang tidak berkepentingan, tetapi biasanya petugas lain yang tidak terbiasa dengan bagian itu kan kerjanya agak lambat sedikit”.

## **B. Pembahasan**

### **1. Bentuk Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu**

Menilai kualitas pelayanan publik bukanlah kegiatan yang sangat mudah khususnya pemberian pelayanan publik yang bersifat jasa maupun administratif, namun terlepas dari persoalan tersebut masalah mengenai

---

<sup>53</sup> Yofi Karsena Putra, Petugas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Kota Bengkulu, Wawancara pada tanggal 14 September 2020.

kualitas pelayanan publik pada saat ini menjadi pusat perhatian di berbagai Negara demokratis khususnya Indonesia karena pemberian pelayanan publik pada saat ini menjadi tolok ukur suatu Negara dikatakan gagal atau baik, untuk mengukur kualitas pelayanan publik adakalanya peneliti memaparkan penjelasan mengenai pengertian kualitas pelayanan dari berbagai pakar.

Menurut Brady dan Conin dijelaskan bahwa “kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan atas pelayanan yang diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin diterima” (Afrial, 2009). Sedangkan ditambahkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam (Samosir, 2005) “kualitas pelayanan adalah perbandingan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya”. Dari pengertian dari berbagai pakar tersebut dapat dipahami bahwa masyarakat dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan berdasarkan perbandingan pengalaman yang pernah dirasakan dengan apa yang diharapkan atas pelayanan tersebut.<sup>54</sup>

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Pelayanan publik atau pelayanan umum adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik

---

<sup>54</sup> Fahmi Rezha, dkk, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) di Kota Depok)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol 1 No 5, h. 983.

Daerah. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Men. PAN. Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003, yang kemudian dikembangkan menjadi 14 (empat belas) unsur yang “relevan, valid” dan “reliable”, sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut<sup>55</sup>:

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
3. Penjelasan pelayanan, yaitu kejelasan petugas dalam memberikan penjelasan proses pelayanan.
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.

---

<sup>55</sup> Rudi Rinaldi, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik*, Jurnal, Vol. 1 No.1, Juni 2012, h. 26.

6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggaraan pelayanan.
8. Keadilan pelayanan, yaitu tidak adanya diskriminatif (keadilan) dalam mendapatkan pelayanan yang diberikan petugas dalam proses pelayanan.
9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah.
10. Kesesuaian biaya, yaitu kesesuaian antara jumlah yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
13. Keamanan lingkungan, yaitu terciptanya keamanan bagi pemohon baik jiwa maupun harta di lingkungan unit pelayanan.
14. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapih dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Samsat Kota Bengkulu bahwa bentuk-bentuk pelayanan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu yaitu yang pertama bentuk pelayanan di kantor Samsat Induk Air Sebakul yang melayani seperti pengesahan STNK/pajak tahunan, perpanjangan STNK/teliti ulang per 5 tahun, balik nama kendaraan/ganti alamat/mutasi masuk/mutasi keluar, dan duplikat/rubentina. Sedangkan bentuk pelayanan yang dilakukan Samsat Keliling seperti pengesahan STNK/Pajak Tahunan dengan persyaratan diantaranya yaitu E-KTP asli dan fotokopi, serta STNK asli.

Terkait dengan Keputusan Men. PAN. Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003 di atas tentang dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat terhadap pelayanan aparatur negara, maka berdasarkan hasil penelitian bahwa Samsat Kota Bengkulu dalam memenuhi kepuasan pelayanan bagi wajib pajak/konsumen dengan kinerja yang telah dilakukan diantaranya yaitu:

- a. Tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan aman.

Ruang tunggu yang nyaman membuat para wajib pajak/konsumen merasa dihargai ketika sedang menunggu antrian untuk membayar pajak ataupun menunggu layanan lainnya. Ruang tunggu di Samsat Kota Bengkulu yang dilengkapi dengan televisi dan pendingin ruangan serta kursi yang memadai, membuat wajib pajak/konsumen tidak merasa bosan ketika menunggu antrian.

b. Prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.

Prosedur yang tidak berbelit-belit di Samsat Kota Bengkulu sangat berpengaruh terhadap kepentingan para wajib pajak/konsumen, karena memudahkan mereka dalam proses awal administrasi hingga akhir proses. Hal tersebut perlu dipertahankan agar birokrasi tetap dipermudah dalam membayar pajak agar wajib pajak/konsumen senantiasa patuh dalam membayar pajak.

c. Kerapihan dan ketelitian petugas.

Kerapihan dan ketelitian petugas Samsat Kota Bengkulu dalam menyimpan berkas dan membukukan arsip serta menyusun berkas sesuai dengan pengelompokannya membuat wajib pajak/konsumen merasa aman atas berkas yang dimilikinya.

d. Kemampuan dalam menyelesaikan masalah.

Permasalahan tidak jarang muncul atas suatu kekeliruan atau kesalahan dari pihak petugas ataupun wajib pajak/konsumen. Contohnya saja apabila terdapat suatu sistem kesalahan yang mengganggu antrian pembayaran, pihak petugas Samsat Kota Bengkulu mampu menyelesaikan masalah tersebut dengan cara lain agar antrian tetap berjalan.

e. Pelayanan sesuai yang dijanjikan.

Kemampuan petugas Samsat Kota Bengkulu dalam melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera dan

memuaskan merupakan hal yang diinginkan oleh para wajib pajak/konsumen.

f. Waktu tunggu tidak lama.

Waktu tunggu yang lama akan membuat wajib pajak/konsumen merasa bosan dan mulai mengeluh atas layanan yang diberikan, namun petugas Samsat Kota Bengkulu mampu mengatasi hal tersebut. Contohnya saja untuk mendapatkan panggilan antrian dari pendaftaran untuk melanjutkan pelayanan selanjutnya tertulis 15 menit dan hal tersebut ditepati oleh petugas Samsat Kota Bengkulu. Hal tersebut harus dipertahankan dan harus diterapkan untuk semua layanan.

g. Kecepatan dalam melayani pelanggan.

Kecepatan dalam melayani pelanggan sangat penting untuk mengurangi keluhan pelanggan yang menunggu. Petugas Samsat Kota Bengkulu selalu cepat dan tanggap terhadap permintaan wajib pajak/konsumen, sehingga pelayanan dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

h. Jaminan kerahasiaan data.

Kerahasiaan data merupakan sebuah *privasi* yang harus dijaga oleh pihak petugas, baik dalam pelayanan, masalah kerahasiaan identitas. Petugas Samsat Kota Bengkulu harus mengormati *privasi*, sehingga pelanggan merasa aman dan nyaman.



i. Pelayanan yang sopan dan ramah.

Pelayanan yang sopan dan ramah sudah dilakukan oleh petugas Samsat Kota Bengkulu dengan baik. Perlakuan tersebut membuat wajib pajak/konsumen merasa nyaman dengan perlakuan tersebut, sehingga tidak ada rasa segan untuk menaati dalam pembayaran pajak.

j. Pengetahuan dan keterampilan petugas.

Wajib pajak/konsumen percaya bahwa petugas Samsat Kota Bengkulu mampu memberikan penjelasan dengan baik dan jelas, serta mampu mengerjakan tugasnya dengan baik.

k. Kejelasan petugas dalam memberikan penjelasan layanan.

Kejelasan petugas Samsat Kota Bengkulu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh wajib pajak/konsumen adalah hal teramat penting, karena tidak jarang pengguna jasa Samsat Kota Bengkulu adalah seseorang yang sudah lanjut usia yang perlu mendapatkan pengarahan, dan petugas senantiasa memberikan informasi terhadap wajib pajak/konsumen yang berkaitan dengan PKB dan BBNKB.

l. Kesesuaian dan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan.

Permasalahan biaya adalah masalah krusial. Wajib pajak/konsumen perlu mengetahui rincian biaya yang dikeluarkan agar tidak menaruh curiga kepada para petugas. Petugas Samsat Kota Bengkulu sudah menjalankan tugasnya dengan baik tanpa menerima

tambahan biaya dari para wajib pajak/konsumen, sehingga tidak ada biaya tambahan yang diberikan oleh wajib pajak/konsumen, kecuali biaya denda apabila telat dalam membayar pajak.

- m. Memberikan rasa nyaman bagi wajib pajak/konsumen dalam memberikan pelayanan.

Kenyamanan dalam pelayanan adalah hal utama bagi pengguna jasa. Perasaan senang dengan melontarkan senyuman yang dilakukan petugas Samsat Kota Bengkulu ketika memberikan layanan membuat wajib pajak/konsumen merasa nyaman ketika melakukan pembayaran.

- n. Melayani dengan penuh perhatian.

Petugas Samsat Kota Bengkulu sudah melakukan hal terbaik dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak/konsumen. Namun hal tersebut akan sangat berkesan oleh para wajib pajak/konsumen apabila petugas mampu mengenali identitas para wajib pajak/konsumen agar lebih terasa kedekatan antara instansi dengan wajib pajak/konsumen.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil observasi di atas bahwa Samsat Kota Bengkulu dinilai telah mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada wajib pajak/konsumen, sehingga wajib pajak/konsumen mendapatkan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh Samsat Kota Bengkulu dan menjadikan realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor

---

<sup>56</sup> Observasi pada tanggal 14-16 September 2020.

sebanding atau lebih dari target yang ingin dicapai oleh Samsat Kota Bengkulu.

Parasuraman dan Leonardo L. Berry (dalam Moenir, 1998:98), mengemukakan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi umum yang dapat digunakan untuk menilai mutu pelayanan dalam industri jasa, yaitu:

6. *Reliability*, artinya kemampuan untuk dapat memberikan jasa yang dijanjikan dan akurat. Pelayanan yang disajikan adalah sesuai dengan harapan konsumen yang berarti bahwa jasa meliputi ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan, dan tanpa kesalahan.
7. *Responsiveness* adalah kebijakan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan tersebut. Pada kejadian dalam memberikan pelayanan yang gagal, kemampuan untuk segera menanggulangi kejadian tersebut secara profesional, dapat memberikan persepsi yang positif atas kualitas pelayanan.
8. *Assurance* adalah kecakapan instansi/karyawan dalam menjamin kerahasiaan para konsumen.
9. *Emphaty*, empati berarti memberi perhatian yang berupa perhatian individual kepada konsumen. Empati meliputi : pendekatan kepada konsumen, rasa aman, dan kemampuan untuk memahami keinginan konsumen.

10. *Tangibles* adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan alat-alat komunikasi. Keadaan fisik disekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh si pemberi jasa.<sup>57</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Samsat Kota Bengkulu dalam memenuhi kepuasan pelayanan bagi wajib pajak/konsumen dinilai telah memenuhi 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan menurut teori tersebut. Berikut ini penjelasannya yaitu:

a. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Petugas Samsat Kota Bengkulu sudah memiliki kehandalan dalam melayani wajib pajak/konsumen.

Indikator kehandalan meliputi :

- 1) Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan, yaitu Samsat Kota Bengkulu selalu ada pada waktu operasional dimulai dari pukul 08.00 - 14.00 WIB.
- 2) Melaksanakan jasa dengan benar, yaitu petugas Samsat Kota Bengkulu menerima wajib pajak/konsumen yang memenuhi syarat dalam membayar pajak sesuai dengan ketentuan atau prosedur yang sudah ada, akan tetapi apabila wajib pajak/konsumen tidak memenuhi syarat maka petugas tidak memperbolehkan wajib pajak/konsumen tersebut untuk membayar pajak kendaraannya.

---

<sup>57</sup> Rudi Rinaldi, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik*, Jurnal, Vol. 1 No.1, Juni 2012, h. 25.

- 3) Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
  - 4) Mempertahankan catatan bebas kesalahan, yaitu wajib pajak/konsumen tidak pernah kembali untuk komplain masalah penghitungan pajak yang dilakukan petugas Samsat.
  - 5) Petugas yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan. Petugas Samsat Kota Bengkulu sebelumnya diajarkan atau *training* terlebih dahulu sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai pajak kendaraan.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Petugas Samsat Kota Bengkulu dinilai sudah siap untuk melayani wajib pajak/konsumen. Indikator dari ketanggapan meliputi :
- 1) Layanan tepat waktu bagi pelanggan, yaitu petugas Samsat menyelesaikan proses pelayanannya tidak lebih dari 5 menit.
  - 2) Kesediaan untuk membantu pelanggan, yaitu petugas Samsat Kota Bengkulu memberikan informasi tentang syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhi seperti adanya Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) asli, Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) asli, Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD)/*Notice* Pajak asli, dan Kartu Tanda Penduduk (KTP) asli sesuai BPKB.

- 3) Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan. Petugas Samsat Kota Bengkulu memberitahukan kepada wajib pajak/konsumen apabila sudah masuk waktu istirahat pada pukul 12.00 WIB, maka layanan akan dilanjutkan setelah waktu istirahat pada pukul 13.00 WIB.
  - 4) Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan. Petugas Samsat Kota Bengkulu selalu merespons apabila ada wajib pajak/konsumen yang meminta untuk menunjukan dimana tempat fotokopi atau tempat-tempat lainnya yang ditanyakan para wajib pajak/konsumen.
- c. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukan kepercayaan dan keyakinan. Para petugas Samsat Kota Bengkulu diberikan pelatihan mengenai tata cara menghitung biaya pajak kendaraan bermotor dengan menggunakan komputer dan mengenai tata cara menyambut wajib pajak/konsumen yang hendak membayar pajak kendaraannya.
- Indikator dari jaminan meliputi :
- 1) Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi yaitu petugas Samsat Kota Bengkulu yang terdiri dari Kepolisian, Dispenda (Dinas Pendapatan), dan Jasa Raharja, ketiganya memiliki tugasnya masing-masing yaitu Kepolisian bertugas untuk pendaftaran, Dispenda menetapkan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) sedangkan Jasa Raharja menetapkan Sumbangan Dana

Wajib Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Koordinasi ketiganya akan membuat wajib pajak/konsumen merasa aman dalam membayar pajak kendaraannya.

- 2) Petugas yang selalu sopan. Petugas Samsat Kota Bengkulu memberikan salam kepada para wajib pajak/konsumen apabila ada yang ingin membayar pajak kendaraannya. Petugas Samsat Kota Bengkulu menyapa dengan sapaan dan salam.
  - 3) Petugas yang menanamkan keyakinan pada pelanggan. Petugas Samsat Kota Bengkulu memberikan keyakinan bahwa tidak ada kesalahan dalam menghitung biaya pajak yang akan di bayar wajib pajak/konsumen, apabila ada kesalahan maka petugas Samsat Kota Bengkulu akan mengembalikan uang yang lebih ketika petugas Samsat Kota Bengkulu membuat kesalahan.
- d. Empati (*emphaty*), yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Petugas Samsat Kota Bengkulu selalu memperhatikan para wajib pajak/konsumen yang ingin membayar pajak kendaraan. Indikator dari empati meliputi:
- 1) Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan. Petugas Samsat Kota Bengkulu meninggalkan urusan-urusan selain melayani wajib pajak/konsumen yang ingin membayar pajak sehingga petugas hanya fokus mengerjakan pekerjaannya.
  - 2) Petugas yang memahami kebutuhan pelanggan. Setiap wajib pajak/konsumen membutuhkan pelayanan yang cepat, mudah,

dan lancar. Keputusan tersebut akan membuat petugas melayani dengan cepat, mudah dan lancar karena petugas Samsat Kota Bengkulu memahami akan kebutuhan wajib pajak/konsumen.

e. Wujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Fasilitas yang ada di Samsat Kota Bengkulu membantu mempercepat dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor. Indikator dari wujud meliputi :

- 1) Peralatan modern. Samsat Kota Bengkulu menggunakan fasilitas seperti *scanner* dan komputer yang dilengkapi internet dengan sistem baru yaitu wajib pajak/konsumen yang tinggal atau sedang berada di Bengkulu dan mempunyai kendaraan dengan nomor polisi luar Bengkulu dapat mengetahui masa berlaku pajak kendaraan yang mereka miliki.
- 2) Petugas yang memiliki penampilan rapi dan profesional. Petugas Samsat Kota Bengkulu selalu berpenampilan rapi dan menggunakan seragam dalam melayani para wajib pajak/konsumen di Samsat Kota Bengkulu.

## 2. Tinjauan Etika Bisnis Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor dalam Memberikan Kepuasan Konsumen di Samsat Kota Bengkulu

Etika pelayanan Islami memandang kerja sebagai sarana untuk meningkatkan kepentingan diri secara ekonomi. Dalam etika kerja Islami, usaha kecil apapun dihargai, ketika seorang karyawan



mendapatkan apa yang sesuai dengan keinginannya, karyawan akan merasa puas dan merasa pekerjaannya memiliki arti baginya. Dengan hasil kerja yang memuaskan akan memberi dampak pada karyawan dan tentunya akan berdampak pula pada penerima layanan yakni wajib pajak. Pelayanan yang berkualitas tentunya akan berdampak pada kepuasan wajib pajak dalam menerima layanan publik sebagaimana mestinya, itu semua karena pelayanan yang sesuai dengan etika kerja Islam yakni seseorang atau kelompok organisasi yang bekerja dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan wajib pajak sesuai dengan haknya.

Di dunia usaha yang mana pelanggannya adalah para konsumen, maka dalam organisasi Direktorat Jendral Pajak, para wajib pajak merupakan pelanggan yang harus dijaga hubungannya dengan baik, sehingga masyarakat wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan penerimaan pajak. Wajib pajak/konsumen dapat menikmati pelayanan yang baik jika kebutuhan dan harapannya dapat terpenuhi. Berdasarkan hasil kepuasan wajib pajak atas pelayanan aparat pajak, maka pimpinan harus selalu melakukan koreksi dan evaluasi atas kinerja yang ditunjukkan selama ini.

Kualitas pelayanan erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan ini sesuai dengan definisi secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui

jasa yang dikonsumsi. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam QS. al-Baqarah/2 : 267, sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ<sup>ط</sup>  
 وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ<sup>ع</sup> وَأَعْلَمُوا أَنَّ  
 اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Peran sumber daya manusia (SDM) dalam memajukan suatu lembaga pemerintahan sangatlah penting. Salah satunya dalam hal pajak yang merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang digunakan untuk melaksanakan pembangunan bagi seluruh rakyat Indonesia. Pajak dipungut dari warga Negara Indonesia dan menjadi salah satu kewajiban yang dapat dipaksakan penagihannya.

Etika pelayanan itu sendiri dapat dilihat dari pelayanan prima yang diberikan kepada wajib pajak, dimulai dari karakteristik, pelayanan juga etika pelayanan. Rasulullah SAW bersabda yang artinya:

“Dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, sesungguhnya Rasulullah Shollallahu 'Alaihi Wasallam telah bersabda, “Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia berkata yang baik-baik atau diam. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia memuliakan (menghormati) tetangganya. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia memuliakan (menghormati) tamunya.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Pembangunan Nasional Indonesia pada dasarnya dilakukan oleh masyarakat bersama-sama pemerintah, oleh karena itu peran masyarakat dalam pembiayaan pembangunan harus terus ditumbuhkan dengan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajibannya membayar pajak. Pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Maka dari itu penerimaan sektor pajak kendaraan bermotor perlu adanya pengoptimalan melalui berbagai upaya yang mampu meningkatkan jumlah pendapatan dari sektor ini, salah satunya dengan cara meningkatkan kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor melalui pemberian pelayanan prima yang sesuai dengan syariah. Dalam melaksanakan tugas sebagai *public service*, kantor pelayanan pajak mempunyai pelayanan langsung kepada masyarakat yakni kepada wajib pajak yang mempunyai kewajiban kepada negara. Oleh karenanya agar wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakan dengan baik, dituntut

adanya pelayanan yang prima dari Kantor Pelayanan Pajak beserta fiskusnya agar kepentingan dan harapan dalam proses kewajiban tersebut dapat berjalan dengan lancar yang pada gilirannya dapat meningkatkan penerimaan negara melalui pajak.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap hubungan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Dalam rangka mengembangkan suatu mekanisme pemberian pelayanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan diperlukan komitmen pemberi pelayanan (aparatur perpajakan). Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan akan berdampak pada kepatuhan wajib pajak/konsumen dalam membayar atau melunasi kewajiban perpajakan kendaraan bermotornya.

Memberikan pelayanan yang baik merupakan hal penting pula dalam Islam sebagaimana diatur dalam QS. Ali Imran/3 : 159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَّالْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِن حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila

kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Sejalan dengan penjelasan di atas untuk meningkatkan pendapatan negara melalui pungutan pajak maka peran sumber daya manusia (SDM) dalam memajukan suatu negara sangatlah penting. Salah satu pendekatan dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah melalui pendekatan agama. Dalam agama Islam terdapat konsep etika kerja Islami yang berlandaskan al-Qur'an serta contoh dari Nabi Muhammad SAW.

Islam sebagai agama yang sempurna, sistem keimanan dan aqidah yang diyakini oleh para pemeluknya yaitu muslim, juga mengatur mengenai etika kerja, mendorong dan mengutus umatnya untuk memiliki semangat kerja dan beramal, tanpa mengeluh yang menunjukkan adanya kepuasan bagi diri sendiri. Islam sebagai salah satu agama samawi telah menekankan kepada umat untuk bekerja. Sebagaimana dalam sabda Rasulullah SAW yang artinya: “Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya dan beribadallah untuk akhiratmu seakan-akan kamu mati besok” (HR. Bukhari-Muslim).

Memberikan pelayanan yang baik merupakan hal yang penting dalam Islam sebagaimana dalam QS. Ali Imran/3 ayat 159 di atas. Rasulullah SAW, di dalam hadist-hadist mulia, juga telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya, karena profesionalitas beliau

pada waktu berniaga maupun aktivitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar *al-amin* (dapat dipercaya). Etika pelayanan perspektif Islam bisa dilihat dari pelayanan prima yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen, dimulai dari karakteristik pelayanan dan juga etika pelayanan. Semua ini menunjukkan bahwa etika pelayan dalam pespektif Islam tidak bisa lepas, karena untuk melayani dengan baik seorang petugas harus memiliki sifat *shiddiq, amanah, fathanah* dan *tabligh*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan menanamkan etika sebaik-baiknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu instansi, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan (wajib pajak). Setelah pelanggan (wajib pajak) merasa puas dengan hasil layanan yang diterimanya maka pelanggan (wajib pajak) akan merekomendasikan kepada wajib pajak lain untuk membayar langsung pajak kendaraannya dan tidak menggunakan jasa perantara atau pun calo untuk menyelesaikan pengurusan pajak kendaraannya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu, yaitu tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan aman, prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, kerapihan dan ketelitian petugas, pelayanan sesuai yang dijanjikan, waktu tunggu tidak lama, kecepatan dalam melayani pelanggan, pelayanan yang sopan dan ramah, kejelasan petugas dalam memberikan penjelasan layanan, kesesuaian dan kepastian biaya pelayanan yang telah ditetapkan, dan memberikan rasa nyaman bagi wajib pajak/konsumen dalam memberikan pelayanan.
2. Tinjauan etika bisnis ekonomi Islam terhadap pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam memberikan kepuasan konsumen di Samsat Kota Bengkulu, yaitu bahwa memberikan pelayanan yang baik merupakan hal yang penting dalam Islam sebagaimana diatur dalam QS. Ali Imran/3 ayat 159. Rasulullah SAW pun di dalam hadist-hadist yang mulia juga telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Etika pelayanan yang sesuai dengan perspektif Islam bisa dilihat dari proses pelayanan yang prima yang diberikan kepada wajib pajak/konsumen, dengan

dimulai dari karakteristik pelayanan dan juga etika pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang dilakukan petugas pelayanan pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bengkulu, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan (wajib pajak). Setelah pelanggan (wajib pajak) merasa puas dengan hasil layanan yang diterimanya maka pelanggan (wajib pajak) akan merekomendasikan kepada wajib pajak lainnya untuk membayar langsung pajak kendaraannya dan tidak menggunakan jasa perantara atau pun calo untuk menyelesaikan pengurusan pajak kendaraannya.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Samsat Kota Bengkulu sebaiknya memperhatikan dan selalu memberikan kontrol terhadap atribut-atribut yang memberikan dukungan terhadap kepuasan wajib pajak/konsumen, agar kinerja tersebut tidak menurun, melalui penetapan standar mutu layanan yang akan diberikan kepada wajib pajak/konsumen. Kinerja setiap petugas perlu dilakukan penilaian kinerja untuk mengetahui standar mutu pelayanan yang ditetapkan sudah dilaksanakan dengan baik atau belum, kemudian pihak Samsat Kota Bengkulu mengevaluasi hasil kinerja tersebut.
2. Survei kepuasan sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan, agar dapat diketahui bahwa apa yang dilakukan sudah sesuai dengan harapan wajib pajak/konsumen atau belum, melalui penyebaran kuesioner kepuasan



yang dilakukan oleh petugas Samsat Kota Bengkulu setiap tahunnya, dan penyediaan kotak saran.

3. Bagi penelitian selanjutnya terkait topik ini diharapkan menggunakan teknik pengambilan contoh yang lebih baik, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang kuat.
4. Diharapkan dapat terfokus untuk meneliti mutu pelayanan berkaitan dengan metode kualitatif, agar diperoleh data yang lebih luas dan mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia. 2018
- Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2010
- Anggraeny, Galuh. *Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam*. Jurnal *Academica*. Vol. 1 No. 2. 2017
- Bakkareng dan Yun Hendri Danhas. *Budaya dan Etika Bisnis*. Jakarta: Citra Harta Prima. 2017
- Emzir. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Ragagrafindo Persada. 2015
- Juliyani, Erly. *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*. Jurnal *Ummul Qura*. Vol. VII No. 1. 2016
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010
- Nasution. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006
- Nurwahida, A. *Pengaruh Etika Pelayanan Islami dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Samsat Wajo*. Jurnal *Ilmu Ekonomi*. Vol. 2 No. 4. 2019
- Ramadhani. *Kualitas Pelayanan Islami dan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Bandung: Universitas Islam Bandung. 2015
- Ratminto. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A Sampai Z*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2017
- Rezha, Fahmi, dkk. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) di Kota Depok)*. Jurnal *Administrasi Publik (JAP)*. Vol 1 No 5.
- Rinaldi, Rudi. *Analisis Kualitas Pelayanan Publik*. Jurnal. Vol. 1 No.1. 2012
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2012

Sugiyono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017

Supranto, J. *Pengantar Statistik Bidang Hukum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1995

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia. 2015