BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Bahasan pada sub bab ini memaparkan kajian pustaka yang dimulai dari variable-variabel yang akan diteliti, yaitu Lokasi Kantor Pajak dan Kualitas Pelayanan terhadap Penerimaan Pajak (Studi Empiris pada KPP Pratama Kota Bandung).

2.1.1. Lokasi Kantor Pajak

2.1.1.1 Konsep Lokasi Kantor Pajak

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik (Sriyadi,1991:60). Lokasi adalah letak atau tempat organisasi khususnya KPP pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba atau penerimaan pajak (Basu Swasta dan Irawan,2003:339).

2.1.1.2 Faktor faktor yang mempengaruhi Lokasi Kantor Pajak

Menurut Lupiyoadi (2001:61-62) mendefinisikan lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Wajib Pajak mendatangi pemberi jasa (KPP), apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. KPP sebaiknya memilih tempat

dekat dengan tempat tinggal wajib pajak sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus strategis;

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas;
3. Pegawai kpp dan wajib pajak tidak bertemu langsung, berarti service provider dan wajib pajak berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, dan surat.

2.1.1.3 Indikator Lokasi Kantor Pajak

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2000:41-42) meliputi faktor-faktor:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum;
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
3. Tempat parkir yang luas dan aman;
4. Ekspansi (Lingkungan), yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari dan daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Definisi Kualitas

Goetsh dan Davis dalam (Tjiptono, 2000) merumuskan bahwa:

“Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Sedangkan W. Edwards Deming (dalam Yamit, 2002) memberi definisi kualitas yaitu:

“Apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan Philip B. Crosby mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan.’

Selanjutnya Edvardsson, et al., (dalam Tjiptono: 2000) menyebutkan bahwa kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Fokus utamanya adalah customer utility.

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dimulai dari yang konvesional hingga yang lebih strategis. Definisi konvesional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk seperti : kinerja (performance), keandalan (reliability), mudah dalam penggunaan (easy of use), estetika (esthetics), dan sebagainya. Sedangkan dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi segala keinginan dan kebutuhan pelanggan (meeting the needs of consumer).

Davis dalam Yamit (2004 : 8) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang dikemukakan Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek akhir yaitu produk dan jasa tetapi

juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan produk yang berkualitas.

Davis dalam Yamit (2004 : 9) mengidentifikasikan lima pendekatan perspektif kualitas yaitu :

1. *Transcendental Approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini adalah sesuatu yang dapat dirasakan, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan maupun diukur.

2. *Product-based Approach*

   Kulitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan adanya perbedaan atribut yang dimiliki produk secara objektif, tetapi pendekatan ini tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.

3. *User-based Approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera *(fitnes for used)* merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

4. *Manufacturing-based Approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini adalah bersifat *supply-based* atau dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratan *(conformance quality)* dan prosedur. Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang ditetapkan perusahaan secara

internal. Oleh karena itu, yang menentukan kualitas adalah standar – standar yang ditetapkan perusahaan, dan bukan konsumen yang menggunakannya.

5. *Value-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas didefinisikan sebagai *"affordable ascellence"*. Oleh karena itu kualitas dalam pandangan ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Produk yang paling bernilai adalah produk yang paling tepat beli.

Berdasarkan perspektif kualitas, Garvin dalam Yamit (2004 : 10) mengembangkan dimensi kualitas ke dalam delapan dimensi yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan strategis terutama bagi perusahaan atau manufaktur yang menghasilkan barang kedelapan dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Performance* (kinerja)

Yaitu karakteristik pokok dari produk inti.

2. *Features*

Yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan

3. *Reliability* (kehandalan)

Yaitu kemungkinan tingkat kegagalan pemakaian

4. *Conformance* (kesesuaian)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi produk memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5 *Durabilty* (daya tahan)

Yaitu mengukur berapa lama suatu umur teknis maupun umur ekonomis suatu produk.

6. *Serviceability* (pelayanan)

Yaitu mudah untuk diperbaiki, yang meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, dalam pemeliharaan dan penanganan keluahan yang memuaskan.

7. *Aesthetics* (estetika)

Yaitu menyangkut corak, rasa dan daya tarik produk

8. *Percived Quality*

Yaitu menyangkut Citra atau reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap produk

Berdasarkan pengertian kualitas, baik yang konvensional maupun yang lebih strategis oleh Gaspersz (1997) dinyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Pada bagian lain Gaspersz (1997) dalam mengutip Juran memberikan definisi manajemen kualitas sebagai suatu kumpulan aktivitas yang berkualitas dengan kualitas tertentu yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

- Kualitas menjadi bagian dari setiap agenda manajemen

- Sasaran kualitas dimasukkan keadalam rancana bisnis
- Jangkauan sasaran diturunkan dari benchmarking : fokus adalah pada pelanggan dan pada kesesuaian kompetisi, disana adalah sasaran untuk peningkatan kualitas tahunan
- Sasaran disebarkan ke tingakat mengambil tindakan
- Pelatihan ditetapkan pada setiap tingkat
- Pengukuran ditetapkan seluruhnya
- Manajer atas secara teratur meninjau kembali kemajuan dibandingkan dengan sasaran
- Penghargaan diberikan untuk kinerja terbaik
- Sistem imbalan (reward) diperbaiki

2.1.2.2 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan bagi pelanggan (Gunadi:2004). Dalam kamus Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha untuk melayani kebutuhan orang lain sedangkan melayani adalah menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Kep MenPan No 81/93 menyatakan bahwa pelayanan umum merupakan:

"Segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat/Daerah/BUMN/BUMD, dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat, dan atau perundang-undangan yang berlaku".

Servis berasal dari orang-orang bukan dari perusahaan. Tanpa memberi nilai pada diri sendiri, tidak akan mempunyai nilai arti apa-apa. Demikian halnya pada organisasi atau perusahaan yang secara esensial merupakan orang-orang. Oleh karena itu, harga diri yang tinggi adalah unsur yang paling mendasar bagi keberhasilan organisasi yang menyediakan jasa pelayanan yang berkualitas.

2.1.2.3 Definisi Kualitas Pelayanan

Definisi Kualitas Pelayanan Yang ditulis Lewis dan Baums yang dikutip oleh Lena Elitan, dan Lina Anatan (2007:47) adalah Sebagai berikut:

> "Kualitas layanan merupakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspentasi pelanggan, jadi kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian pelayanan tersebut membagi harapan pelanggan."

Gasperz (1997) menyatakan bahwa terdapat beberapa dimensi yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan, adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan Waktu Pelayanan, hal-hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi Pelayanan, semua yang berkaitan dengan reliabilitas dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan Keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan.
4. Tanggung Jawab, berkaitan dengan penanganan keluhan dari pelanggan.
5. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta layanan komplementer lainnya.

6. Kemudahan untuk Mendapatkan Pelayanan, berkaitan dengan banyaknya petugas maupun mesin yang dapat melayani pelanggan dengan cepat dan mudah.
7. Variasi Model Pelayanan, berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, fitur-fitur pelayanan, dan lain-lain.
8. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus, dan lain-lain.
9. Kenyamanan Dalam memperoleh layanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, ketersediaan informasi, dan lain-lain.
10. Atribut Pendukung lainnya, seperti : lingkungan, kebersihan, fasilitas, hiburan, dan lain-lain.

Dengan kata lain Parasuraman et. al. (1985 : 1-50), mengatakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (Expected Service) dan pelayanan yang dirasakan (Perceived Service).

Apabila kualitas pelayanan yang diterima dan dirasakan melebihi dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang baik dan memuaskan. Selanjutnya jika kualitas pelayanan diterima sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan oleh pelanggan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk.

.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur kualitas pelayanan jasa, salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan model SERQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zethaml, dan Berry. Model ini, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler (2000 : 499-490), yang dialih bahasakan oleh Hendra Teguh, Ronny A Rusli, dan Benjamin Molan telah mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan jasa sebagai dasar pengukuran, yaitu :

1. Tangibels (Bukti Fisik)

   Bukti Fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungannya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung sarana penunjang, tempat yang strategis, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan karyawannya.

2. Reliability (Keandalan)

   Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimensi keandalan digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam menyajikan kualitas jasanya dari sudut pandang ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. Responsiveness (Daya Tanggap)

Daya tanggap merupakan keinginan untuk membantu dan memeberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Empathy (Empati)

Dimensi Empathy merupakan kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Dimensi Empathy terdiri dari tiga Sub Dimensi, yaitu :

a. Access (Akses), yaitu tingkat Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui pihak penyedia jasa kepada konsumennya.
b. Communication (Komunikasi), yaitu Kemampuan pihak penyedia jasa untuk selalu menginformasikan sesuatu dalam bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami oleh konsumen dari pihak penyedia jasa selalu mendengarkan apa yang disampaikan oleh konsumen.
c. Understanding Customer (Mengerti Pelanggan), yaitu tingkat usaha pihak penyedia jasa untuk mengetahui dan mengenal konsumen beserta kebutuhan-kebutuhannya.

5. Asurance (Jaminan)

Dimensi Assurance merupakan kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen pada perusahaan menyangkut pelayanan jasa yang diberikannya.

Dimensi Assurance terdiri dari empat Sub Dimensi, yaitu :

a. Competence (Kompetensi), yaitu Keahlian dan keterampilan yang harus dimiliki penyedia jasa dalam memberikan jasanya kepada pelanggan.
b. Credibility (Kredibilitas), yaitu Kejujuran dan tanggung jawab pihak penyedia jasa sehingga konsumen dapat mempercayai pihak penyedia jasa.
c. Courtesy (Kesopanan), yaitu Etika kesopanan, rasa hormat, dan keramahan pihak penyedia jasa kepada konsumen pada saat memberikan jasa pelayanan.
d. Security (Keamanan atau Keselamatan), yaitu Rasa aman, perasaan bebas dari rasa takut serta bebas dari keraguan-keraguan akan jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada konsumennya.

2.1.3 Penerimaan Pajak

2.1.3.1 Pengertian Penerimaan Pajak

Menurut Siahaan(2006: 145) Penerimaan pajak adalah:

"Penghasilan yang diperoleh oleh pemerintah yang bersumber dari pajak rakyat,baik itu pajak secara menyeluruh ataupun dari pajak daerah dan dipergunakan untuk pengeluaran pemerintah untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat, sebagaimana maksud dari tujuan negara yang disepakati oleh para pendiri awal negara ini yaitu menyejahterakan rakyat, menciptakan kemakmuran yang berasaskan kepada keadilan Sosial (Siahaan:2006).

Untuk dapat mencapai tujuan ini, negara harus melakukan pembangunan di segala bidang. Sebagai sebuah negara yang berdasarkan hukum material/sosial, Indonesia menganut prinsip pemerintahan yang menciptakan kemakmuran rakyat.

Dalam hal ini, ketersediaan dana yang cukup untuk melakukan pembangunan merupakan faktor yang sangat penting. Dalam menjamin ketersediaan dana untuk pembangunan ini, salah satu cara yang dilakukan pemerintah adalah dengan melakukan pemungutan pajak.

2.1.3.2 Faktor faktor yang mempengaruhi Penerimaan Pajak

Dalam rangka penerimaan pajak perlu diketahui teori-teori yang melatarbelakangi dilakukannya pemungutan pajak, sebagaimana diungkapkan Rimsky *dalam* Suharno (2003), yaitu:

1. Teori Asuransi.

   Dalam teori ini ditekankan mengenai keadilan dan keabsahan pemungutan pajak seperti yang berlaku dalam perjanjian asuransi, di mana perlindungan yang diberikan oleh negara kepada warganya dalam bentuk keselamatan dan keamanan jiwa serta harta benda diperlukan suatu pembayaran dalam bentuk pajak.

2. Teori Kepentingan.

   Penekanan teori ini adalah mengenai keadilan dan keabsahan pemungutan pajak berdasarkan besar kecilnya kepentingan masyarakat dalam suatu negara.

3. Teori Bakti.

   Negara mempunyai hak utuk memungut pajak dari warganya sebagai tindak lanjut teori kepentingan dalam hal penyediaan fasilitas umum yang diselenggarakan oleh negara.

4. Teori Daya Pikul.

   Keadilan dan keabsahan negara dalam memungut pajak dari warganya didasarkan pada kemampuan dan kekuatan masing-masing anggota masyarakatnya, dan bukan pada besar kecilnya kepentingan.

5. Teori Daya Beli.

   Keadilan dan keabsahan pemungutan pajak yang dilakukan negara ini lebih cenderung melihat aspek akibat yang baik terhadap kedua belah pihak (masyarakat dan negara) sehingga negara dapat memanfaatkan kekuatan dan kemampuan beli (daya beli) masyarakat untuk kepentingan negara yang pada akhirnya akan dikembalikan atau disalurkan kembali kepada masyarakat.

Beberapa faktor yang berperan penting dalam menjamin penerimaan pajak adalah:

1. Kejelasan dan Kepastian Peraturan Perundang-undangan dalam Bidang Perpajakan

   Secara formal, pajak harus dipungut berdasarkan undang-undang demi tercapainya keadilan dalam pemungutan pajak (.*No taxation without representation*. atau .*Taxation without representation is robbery*.) (Mayhew, 1750). Namun, keberadaan undang-undang saja tidaklah cukup. Undang-undang haruslah jelas, sederhana dan mudah dimengerti, baik oleh fiskus, maupun oleh pembayar pajak. Timbulnya konflik mengenai interpretasi atau tafsiran mengenai pemungutan pajak akan berakibat pada terhambatnya pembayaran pajak itu sendiri.

2. Tingkat Intelektualitas Masyarakat

   Sejak tahun 1984, sistem perpajakan di Indonesia menganut prinsip *Self Assessment*.Prinsip ini memberikan kepercayaan penuh kepada pembayar pajak untuk melaksanakan hak dan kewajibannya dalam bidang perpajakan, seperti yang tertuang dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Pasal 4 ayat (1) menyatakan: .wajib pajak wajib mengisi dan menyampaikan Surat Pemberitahuan dengan benar, lengkap, jelas, dan menandatanganinya.. Sementara di Pasal 12 ayat (1) dinyatakan: .setiap wajib pajak wajib membayar pajak yang terutang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan,dengan tidak menggantungkan pada adanya surat ketetapan pajak.. Dalam hal ini, pembayar pajak mengisi sendiri Surat Pemberitahuan (SPT) yang dibuat pada setiap akhir masa pajak atau akhir tahun pajak. Selanjutnya, fiskus melakukan penelitian dan pemeriksaan mengenai kebenaran pemberitahuan tersebut. Dengan menerapkan prinsip ini, pembayar pajak harus memahami peraturan perundangundangan mengenai perpajakan sehingga dapat melakukan tugas administrasi perpajakan. Untuk itu, intelektualitas menjadi sangat penting sehingga tercipta masyarakat yang sadar pajak dan mau memenuhi kewajibannya tanpa ada unsur pemaksaan. Namun, semuanya itu hanya dapat terjadi bila memang undangundang itu sendiri sederhana, mudah dimengerti, dan tidak menimbulkan kesalahan persepsi.

3. Kualitas Fiskus (Petugas Pajak)

Kualitas fiskus sangat menentukan di dalam efektivitas pelaksanaan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan. Bila dikaitkan dengan optimalisasi target penerimaan pajak, maka fiskus haruslah orang yang berkompeten di bidang perpajakan, memiliki kecakapan teknis, dan bermoral tinggi.

4. Sistem Administrasi Perpajakan yang Tepat Seberapa besar penerimaan yang diperoleh melalui pemungutan pajak juga dipengaruhi oleh bagaimana pemungutan pajak itu dilakukan. Menurut Smith (1901), pemungutan pajak hendaknya didasarkan atas empat asas, yaitu:

a. *Equity/Equality* di mana keadilan merupakan pertimbangan penting dalam membangun sistem perpajakan. Dalam hal ini, pemungutan pajak hendaknya dilakukan seimbang dengan kemampuannya. Negara tidak boleh melakukan diskriminasi di antara sesama pembayar pajak.
b. *Certainty*, yaitu pajak yang harus dibayar haruslah terang (*certain*) dan tidak mengenal kompromis (*not arbitrary*). Kepastian hukum harus tercermin mengenai subyek, obyek, besarnya pajak dan juga ketentuan mengenai pembayaran.
c. *Convenience* adalah pajak harus dipungut pada saat yang paling baik bagi pembayar pajak, yaitu saat diterimanya penghasilan.
d. *Economy*, yaitu pemungutan pajak hendaknya dilakukan sehemat-hematnya. Biaya pemungutan hendaknya tidak melebihi pemasukan pajaknya.

Keempat asas di atas sebenarnya sudah tercakup dalam sasaran dari reformasi perpajakan di Indonesia. Menurut Rosdiana dan Tarigan (2005), enam sasaran utama yang dilakukan pemerintah pada tahun 1984 dalam reformasi perpajakan mencakup:

1. Penerimaan negara dari sektor perpajakan menjadi bagian dari negara yang mandiri dalam rangka pembiayaan pembangunan nasional.
2. Pemerataan dalam pengenaan pajak dan keadilan dalam pembebanan pajak.
3. Menjamin adanya kepastian.
4. Sederhana.
5. Menutup peluang penghindaran pajak dan/atau penyelundupan pajak oleh wajib pajak dan penyalahgunaan wewenang oleh petugas pajak.
6. Memberikan dampak yang positif dalam bidang ekonomi.

2.1.3.3 Indikator Penerimaan Pajak

Jumlah Realisasi Penerimaan Pajak di tahun 2012 pada KPP Pratama di Wilayah Bandung ,dapat diperinci sebagai berikut:

Tabel 2.1

Jumlah Penerimaan Pajak 2012

No	Nama KPP	Target	Realisasi
1	KPP Bojonegara	Rp. 581.587.604.967	Rp. 652.123.661.520
2	KPP Cibeunying	Rp. 967.660.473.599	Rp. 895.069.433.056
3	KPP Cicadas	Rp. 592.923.922.852	Rp. 580.566.214.032
4	KPP Karees	Rp. 777.712.352.401	Rp. 671.011.824.580
5	KPP Tegallega	Rp. 419.373.066.424	Rp. 389.669.599.979

2.1.4 Hasil Penelitian Sebelumnya

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini dapat disajikan beberapa penelitian terdahulu untuk membedakan originalitas.

Adapun tabel yang menjelaskan mengenai perbedaan dan perbandingan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu seperti dibawah ini:

Tabel 2.2
Ringkasan Penelitian Sebelumnya

No	Penelitian	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	F.G. Sri Suratno (2008)	Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua	• Tidak meneliti tentang penerimaan pajakjak • Perbedaan variabel dependennya yaitu penerimaan pajak	• Meneliti dan mengukur tingkat pelayanan • Menggunakan Teknik statistik yang sama, yaitu menggunakan regresi berganda • Menggunakan objek penelitian yang sama yaitu KPP
2	M. Andi Setijo Nugroho. (2005)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak: Studi pada Obyek Pajak Penghasilan Di KPP Yogyakarta Satu	• Perbedaan responden dan unit analisis • Menggunakan variabel dependen yang berbeda yaitu kepuasan wajib pajak.	• Menggunakan Teknik statistik yang sama, yaitu menggunakan regresi • Menggunakan variable Independen yang sama yaitu Kualitas pelayanan
3	Eddi Wahyudi (2003).	Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Kualitas Layanan Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Wilayah Pajak di Indonesia	• Menggunakan teknik statistik yang berbeda yaitu *non probability sampling.* • Menggunakan Variabel independen yang berbeda yaitu pertumbuhan ekonomi	• Meneliti tentang kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan Penerimaan pajak • Menggunakan variable independen dan dependen yang sama, yaitu kualitas pelayanan dan Penerimaan pajak
4	Lidya Purnama Sari. (2005)	Pengaruh Self Assessment System Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama	• Menggunakan teknik statistik yang berbeda, yaitu regresi sederhana • Perbedaan variabel independen yaitu *Self asessment*	• Menggunakan variable dependen yang sama, yaitu penerimaan pajak • Menggunakan objek penelitian yang sama, yaitu KPP

		Medan Barat		
5	Sandri Prabowo (2009)	Meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kualitas pelayanan	• Menggunakan teknik statistik yang berbeda, yaitu regresi sederhana • Menggunakan variable independen dan dependen yang berbeda, yaitu kepatuhan pajak	• Meneliti tentang meningkatkan kualitas pelayanan • Menggunakan variable penelitian yang sama
6	Adi Syahputra	Pengaruh kepatuhan wajib pajak dan kualitas pelayanan terhadap penerimaan pajak	• Perbedaan responden dan unit analisis • Menggunakan variabel independen yang berbeda yaitu kepatuhan wajib pajak	• Meneliti dan mengukur tingkat kualitas pelayanan • Menggunakan Teknik statistik yang sama, yaitu menggunakan regresi berganda • Menggunakan variabel dependen yang sama yaitu penerimaan pajak.
7	Helvianti (2009)	Pengaruh lokasi kantor pajak dan implikasinya terhadap penerimaan pajak	• Perbedaan responden dan unit analisis • Menggunakan teknik ststistik yang berbeda, yaitu regresi sederhana	• Meneliti dan mengukur variabel dependen yaitu penerimaan pajak • Menggunakan variabel indpenden yang sama yaitu lokasi
8	Joel Slemrod (2010)	Findings On The Impact Of Location On The service quality to tax revenue	• Menggunakan teknik statistik yang berbeda yaitu analisis kualitatif	• Menggunakan variabel independen yang sama, yaitu Penerimaan pajak

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu lokasi kantor pajak dan kualitas pelayanan, serta variabel dependen yaitu penerimaan pajak.

2.2.1 Keterkaitan Lokasi kantor pajak terhadap Penerimaan pajak

Menurut Lupiyoadi (2001:61-62) mendefinisikan lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi atau kegiatan perusahaan nya.

Sedangkan Menurut Rachmat Soemitro dalam Lupiyoadi (2008: 12) Lokasi kantor pajak merupakan:

> "Tempat dimana wajib pajak membayar,menyetor dan melaksanakan kewajiban perpajakannya,sehingga apabila lokasi kantor pajaknya strategis dan mudah di temukan,maka keinginan atau hasrat wajib pajak untuk membayar kewajiban pajaknya akan meningkat,dengan membayar kewajiban pajak tersebut,secara tidak langsung penerimaan pajak akan bertambah besar"**.**

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang merupakan persentase kenaikan PDB dalam nilai riil tahun tertentu di banding tahun sebelumnya, berpengaruh positif terhadap penerimaan perpajakan, khususnya melalui meningkatnya pendapatan masyarakat dan tingkat konsumsi. Selain meningkatkan jumlah pajak yang dibayar oleh penduduk yang telah membayar pajak, pertumbuhan ekonomi bisa menggeser posisi penduduk tertentu dari kelompok bukan pembayar pajak menjadi pembayar pajak, atau dari pembayar pajak dengan tarif tertentu ketarif yang lebih tinggi.

Sebagaimana halnya perekonomian dalam suatu rumah tangga atau keluarga, perekonomian negara juga mengenal sumber-sumber penerimaan dan pos-pos pengeluaran. Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara. Tanpa

pajak, sebagian besar kegiatan negara sulit untuk dapat dilaksanakan. Penggunaan uang pajak meliputi mulai dari belanja pegawai sampai dengan pembiayaan berbagai proyek pembangunan. Pembangunan sarana umum seperti jalan-jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit/puskesmas, kantor polisi dibiayai dengan menggunakan uang yang berasal dari pajak. Uang pajak juga digunakan untuk pembiayaan dalam rangka memberikan rasa aman bagi seluruh lapisan masyarakat. Setiap warga negara mulai saat dilahirkan sampai dengan meninggal dunia, menikmati fasilitas atau pelayanan dari pemerintah yang semuanya dibiayai dengan uang yang berasal dari pajak. Dengan demikian jelas bahwa peranan penerimaan pajak bagi suatu negara menjadi sangat dominan dalam menunjang jalannya roda pemerintahan dan pembiayaan pembangunan.

Disamping fungsi *budgeter* (fungsi penerimaan) di atas, pajak juga melaksanakan fungsi redistribusi pendapatan dari masyarakat yang mempunyai kemampuan ekonomi yang lebih tinggi kepada masyarakat yang kemampuannya lebih rendah. Oleh karena itu tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya secara baik dan benar merupakan syarat mutlak untuk tercapainya fungsi redistribusi pendapatan. Sehingga pada akhirnya kesenjangan ekonomi dan sosial yang ada dalam masyarakat dapat dikurangi secara maksimal.

2.2.2 Keterkaitan Kualitas Pelayanan Terhadap Penerimaan Pajak

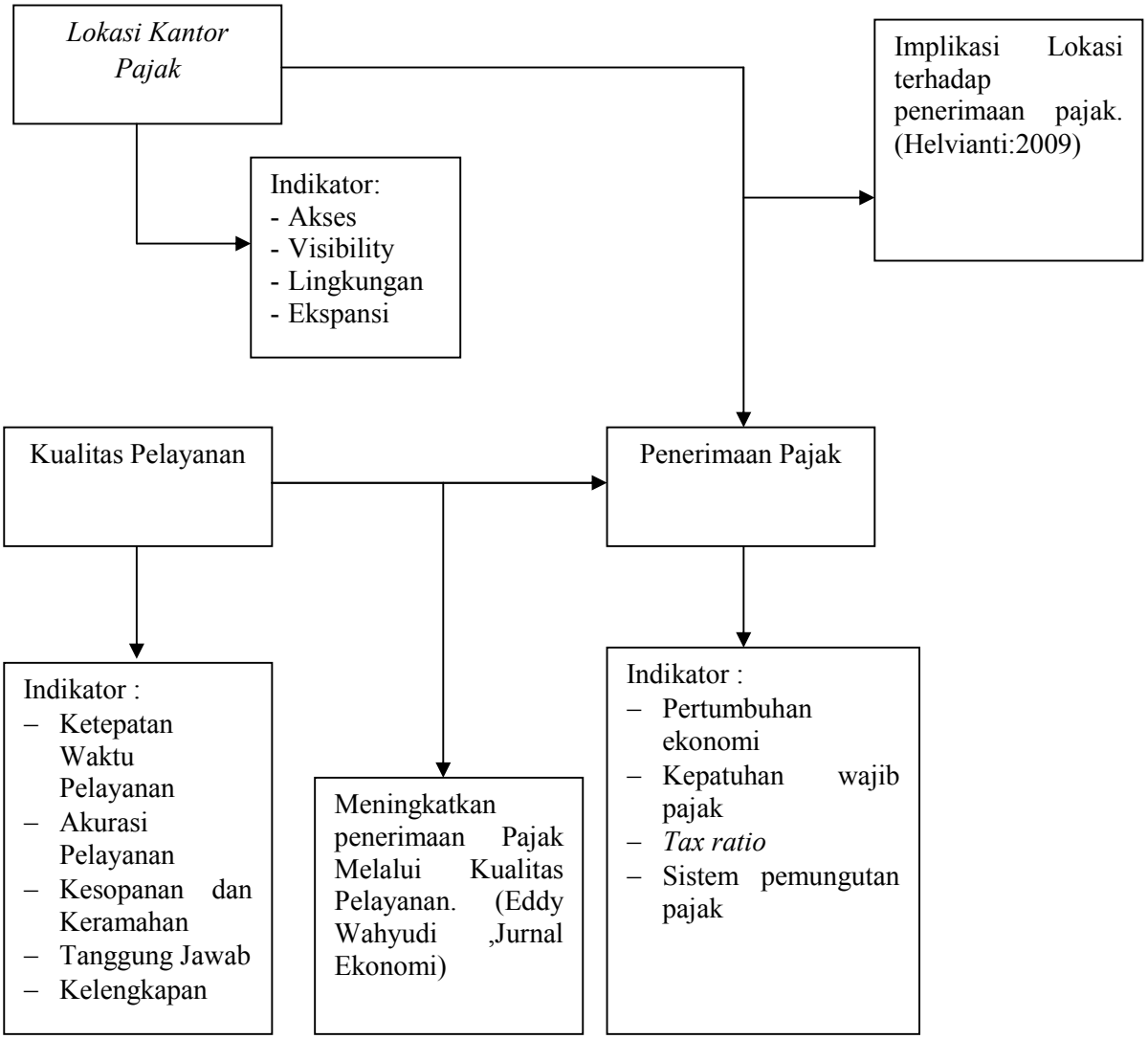
Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan bagi pelanggan. Dalam kamus Bahasa Indonesia

dijelaskan pelayanan sebagai usaha untuk melayani kebutuhan orang lain sedangkan melayani adalah menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Kep MenPan No 81/93 menyatakan bahwa pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat/Daerah/BUMN/BUMD, dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat, dan atau perundang-undangan yang berlaku.

Penerimaan Pajak dapat dipengaruhi baik dari sisi internal maupun eksternal.Maka kualitas layanan pun berpengaruh positif terhadap bertambahnya penerimaan pajak,karena jika kualitas pelayanan suatu kantor pelayanan pajak (KPP) bertambah positif,maka akan menambah keinginan wajib pajak untuk membayar kewajiban perpajakannya dan merasakan kepuasan karena pelayanan yang prima dan memadai dari KPP itu sendiri (Syamsudin:2007).

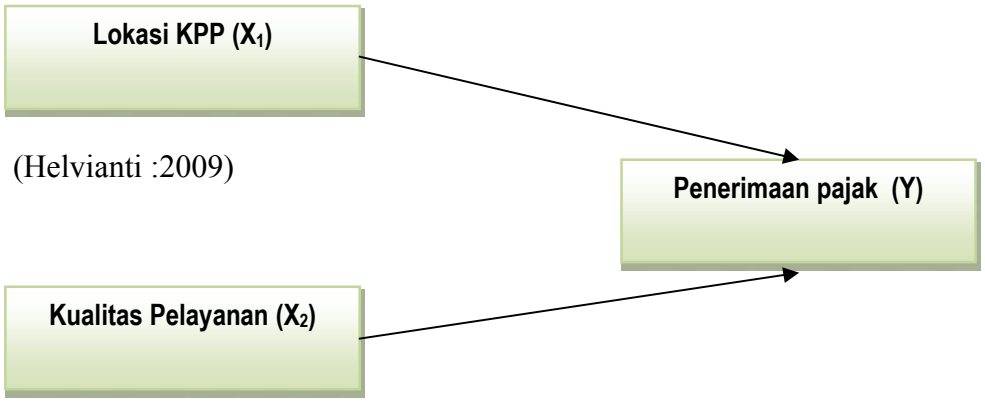
Selain itu menurut Siti Kurnia Rahayu (2010:135) kinerja pelayanan yang baik harus tetap diperhatikan oleh DJP untuk dimungkinkannya diperoleh manfaat ganda apabila dikombinasikan dengan unsur *self assessment system* untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan bagi Wajib Pajak dan secara tidak langsung akan meningkatkan penerimaan pula.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Berikut ini gambaran sederhana dari bagan di atas yaitu tentang lokasi kantor pajak dan kualitas pelayanan dalam peningkatan penerimaan pajak.



(Helvianti :2009)

(Siti Kurnia Rahayu : 2010)

Gambar 2.2

Paradigma Berfikir

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. (Sugiyono, 2009:93).

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sementara, bahwa lokasi kantor pajak dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penerimaan pajak baik secara simultan maupun parsial.