DAMPAK KESESUAIAN PERSEPSI KLIEN TERHADAP JASA PELAYANAN KONSULTAN PAJAK PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KONSULTAN PAJAK

Oleh :
Hardi Supeno*

ABSTRACT

Professional tax advice is profession which is run by tax professionals provide services for clients taxpayer (individual or organization). Definition is a tax consultant every person within the working environment freely provide services to taxpayers in implementing the rights and fulfill the tax obligations according to tax laws and regulations. Objectives to be achieved in this study is knowing the importance of client perceptions of service tax consultant (included : client perceptions of tax planning services, client perceptions of the services of tax consultants, client perceptions of service tax filling tax returns, the client's perception of the escort services tax audit, the client's perception of the tax case management services, and client perceptions of service tax review) either partially (alone) or simultaneously (together) on the performance of tax consultants.

Key words: clients perception, services, tax consulting firm performance.

1. PENDAHULUAN

Masyarakat umum sebagai wajib pajak tidak semua mengerti dan memahami ketentuan umum perpajakan dan implementasi terhadap perpajakan. Hal ini disebabkan karena latar belakang pendidikan. Disamping itu juga sebagai wajib pajak yang waktunya sempit untuk memenuhi penghitungan, pelaporan dan penyetoran pajaknya. Maka wajib pajak tersebut memerlukan orang atau organisasi yang bisa dan mampu untuk menyelesaikan permasalahan wajib pajak bagi dirinya. Penyelesaian permasalahan pajak atau pelaporan pajaknya memerlukan ketepatan waktu pelaporan pajaknya, untuk itu diperlukan Jasa Konsultan Pajak. Konsultan pajak adalah setiap orang yang dalam lingkungan pekerjaannya secara bebas memberikan Jasa Konsultan Pajak kepada Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (UU No, 28 tahun 2007) tentang ketentuan umum dan tatacara perpajakan (KUP).

* Hardi Supeno adalah dosen tetap pada Fakutas Ekonomi Universitas 45 Surabaya

Profesi konsultan pajak adalah profesi yang dijalankan oleh para profesional bidan perpajakan yang memberikan jasa profesiny kepada Wajib Pajak. Konsultan pajak sendiri dalam lingkungan pekerjaannya secara bebas memberikan jasa profesional kepada Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Pada umumnya jasa yang diberikan oleh Konsultan Pajak meliputi dua hal yakni: Pertama, Tax Consulting. Konsultan Pajak bertindak sebagai Penerima Kuasa untuk kepentingan mewakili dan atau mendampingi Wajib Pajak apabila terjadi pemeriksaan pajak. Kedua, Attorney at Tax Law. Konsultan Pajak bertindak sebagai Kuasa Hukum Pajak untuk kepentingan mewakili atau mendampingi Wajib Pajak di Pengadilan Pajak. Disamping itu ada pekerjaan lain yang lebih bersifat administratif dilakukan oleh Konsultan Pajak, yaitu: Pertama, Tax Compliance yakni menyiapkan laporan pajak serta melaporkannya ke Kantor Pelayanan Pajak. Kedua, Tax Publication yakni menyampaikan informasi tentang peraturan pajak kepada Wajib Pajak (UU No, 28/2007) tentang ketentuan umum dan tatacara perpajakan (KUP).

Sebagai seorang konsultan pajak atau organisasi konsultan pajak adalah melayani klien pajaknya dengan puas dan akan kembali lagi untuk meminta jasanya. Tapi dalam kenyataan yang ada bahwa tidak selamanya klien pajak dari konsultan pajak kembali dan memakai jasanya, hal ini disebabkan karena beralih ke konsultan pajak lain atau memang wajib pajak sudah mengerti dan memahami bidang perpajakan, dan atau perusahaan atau organisasi mempunyai tenaga tersendiri untuk mengurus bidang perpajakannya. Sebagai organisasi jasa maka diperlukan evaluasi kinerja organisasi, evaluasi ini dipergunakan. Kualitas kinerja kantor konsultan pajak merupakan bentuk sikap dan perilaku yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dari klien pajak. Kualitas kinerja kantor konsultan pajak akan baik apabila karyawan yang melaksanakan tugas pekerjaan tersebut mempunyai kinerja yang sesuai dengan standard operasional prosedur dan tinggi konsistensinya dengan kualitas jasa yang diberikan. Ada dua aspek yang mendasari pemikiran antara kualitas kinerja konsultan pajak dengan Persepsi klien konsultan pajak, yaitu: (a) Kualitas kinerja konsultan pajak pengaruhnya terhadap persepsi klien konsultan pajak dan (b) Persepsi klien konsultan pajak yang baik terhadap pelayanan klien, cenderung meningkatkan kualitas hasil kerja konsultan pajak. Dalam studi empiris yang ada bahwa penting sekali konsistensi dan komitmen dari

pelayanan jasa terhadap klien, akan berpengaruh terhadap peningkatan kepercayaan klien terhadap kantor konsultan pajak (Gomes 2000 : 142), (Robbins 2002 : 260) dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja organisasi.

Komitmen organisasi dapat tercipta apabila individu dalam organisasi sadar akan hak dan kewajibannya dalam organisasi tanpa melihat jabatan dan kedudukan, hal ini disebabkan pencapaian tujuan organisasi merupakan hasil kerja semua anggota organisasi yang bersifat kolektif, kredibilitas tinggi akan menghasilkan suatu komitmen dan hanya dengan komitmen tinggi, organisasi mampu menghasilkan bisnis yang baik (Jee Young Seong & Doo-Seung Hong & Won-Woo Park 2011; William A. Gentry Taylor E. Sparks, 2011).

Kouzes, 1993: 32 ; Setyo Riyanto, 2002: 47); dan Natalie J Allen dan John P Meyer (1990), mengukur anteseden dari komitmen organisasi. menemukan bahwa komponen *affective* dan *continuance* pada komitmen organisasi secara empiris merupakan konstruk yang dapat dipisahkan dengan tidak ada korelasi. Komponen *affective* dan *normatif* dapat dibedakan, namun terkait keduanya. Permasalahan yang dihadapi adalah kualitas pelayanan klien oleh individu dalam organisasi kantor konsultan pajak tidak mempunyai output pelayanan yang sama, sekalipun telah diatur dengan standar operasional pelayanan klien pajak, oleh sebab itu perlu untuk diketahui faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap klien pajak kantor konsultan pajak dan dengan persepsi dari klien pajak. Manajemen organisasi kantor pajak harus sadar bahwa kunci utama keberhasilan kinerja kantor konsultan pajak adalah kinerja individu yang melayani aktivitas perpajakan terhadap klien yang selaras dengan harapan klien terhadap jasa yang diberikan kantor konsultan pajak.

2. Kajian Pustaka

2.1. Konsultan pajak

Konsultan pajak adalah setiap orang yang dalam lingkungan pekerjaannya secara bebas memberikan Jasa Konsultan Pajak kepada Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku yaitu (UU No, 28/2007) tentang ketentuan umum dan tatacara perpajakan (KUP). Untuk menjadi Konsultan Pajak, setiap orang harus memenuhi syarat sebagai berikut: (1). Warga Negara Indonesia; (2). Bertempat tinggal di Indonesia; (3). Memiliki serendah-rendahnya ijazah Strata Satu (S-1) atau setingkat dengan itu dari

Perguruan Tinggi Negeri atau Perguruan Tinggi Swasta yang Terakreditasi, kecuali bagi pensiunan pegawai Direktorat Jenderal Pajak ditentukan oleh Direktur Jenderal Pajak; (4). Tidak terikat dengan pekerjaan atau jabatan pada Pemerintah/Negara, atau Badan Usaha Milik Negara/Daerah; (5). Berkelakuan baik yang dibuktikan dengan surat keterangan dari instansi yang berwenang; (6). Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak; (7). Memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.(8). Bersedia menjadi anggota Ikatan Konsultan Pajak Indonesia dan tunduk pada Kode Etik Ikatan Konsultan Pajak Indonesia; (9). Memiliki Sertifikat Konsultan Pajak. Untuk melakukan praktek sebagai Jasa Konsultan Pajak, seorang Konsultan Pajak yang telah memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud diatas, wajib mempunyai Izin Praktek Konsultan Pajak yang diterbitkan oleh Direktur Jenderal Pajak yang berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia. Data konsultan pajak yang terdaftar di Ikatan Konsultan Pajak Indonesia per 01 Juni 2012 adalah 1832 anggota (sumber internet IKPI, 2012).

2.2. Jasa Konsultan Pajak

Jasa-jasa yang ditawarkan oleh Konsultan Pajak (UU No, 28/2007) tentang ketentuan umum dan tatacara perpajakan (KUP) adalah: (1). Jasa Perencanaan Pajak. Perencanaan manajemen dalam bidang perpajakan (Jasa Pajak) yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan pajak, memperoleh alternatif terbaik untuk penghematan pajak yang sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku dan mempersiapkan anggaran perpajakan. (2). Jasa Konsultan Pajak. Jasa Konsultan dalam bidang perpajakan untuk periode tertentu yang dilaksanakan baik melalui surat maupun tatap muka langsung.(3). Jasa Pengisian SPT Perpajakan. Jasa pengisian SPT Tahunan dan SPT Masa sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. (4). Jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak. Jasa untuk mendampingi dan mewakili klien dalam menghadapi pemeriksaan oleh aparat perpajakan (Akuntansi Pajak). (5). Jasa Penanganan Kasus Perpajakan. Jasa untuk mengajukan keberatan, restitusi dan peninjauan kembali ke Dirjen Pajak atau mengajukan gugatan dan naik banding ke Pengadilan Pajak. (6). Jasa Review Perpajakan. Jasa mereview catatan atau pembukuan klien dalam mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku, mengidentifikasi kewajiban pajak potensial dan merencanakan langkah-langkah untuk mengatasinya.

Konsultan Pajak wajib menyampaikan kepada Wajib Pajak agar melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya sesuai dengan undang-udang perpajakan. Pada umumnya jasa yang diberikan oleh Konsultan Pajak meliputi dua hal: Pertama, Tax Consulting. Konsultan Pajak bertindak sebagai Penerima Kuasa untuk kepentingan mewakili dan atau mendampingi Wajib Pajak apabila terjadi pemeriksaan pajak. Kedua, Attorney at Tax Law. Konsultan Pajak bertindak sebagai Kuasa Hukum Pajak untuk kepentingan mewakili atau mendampingi Wajib Pajak di Pengadilan Pajak. Disamping itu ada pekerjaan lain yang lebih bersifat administratif dilakukan oleh Konsultan Pajak, yaitu: Pertama, Tax Compliance yakni menyiapkan laporan pajak serta melaporkannya ke Kantor Pelayanan Pajak. Kedua, Tax Publication yakni menyampaikan informasi tentang peraturan pajak kepada Wajib Pajak.

2.3. Persepsi Klien Pajak dan pelayanan konsultan pajak

Kualitas pelayanan/jasa merupakan konsep yang didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan atas pelayanan diinginkan dengan pelayanan yang diterima (keseuaian persepsi klien). Hal yang paling penting dalam mengembangkan kualitas dalam pelayanan adalah dengan melakukan analisis dan pengukuran. Menurut Nevan (2004:254), kualitas diartikan sebagai ”*the right thing, at the right place, at the right time*”, selain itu kualitas juga diartikan sebagai ”*get it right time*” dan ”*fitness for purpose*”. Sedangkan Zeithaml (1981) dalam Jasfar (2003 : 20-21) membedakan tiga kategori kualitas jasa: (1) *Search Qualities* : Kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan, untuk jasa meliputi harga, lokasi, ketersediaan, (2) *Experience Qualities* : Kualitas yang hanya bisa di evaluasi setelah membeli atau mengkonsumsinya. Misalnya : rasa, kenyamanan, kepuasan pelayanan (3). *Gredence Qualities* : Kualitas yang sukar dievaluasi meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. Biasanya kualitas ini membutuhkan tenaga ahli yang profesional, jika pelayanan yang diterima berada di bawah yang diharapkan, tidak puas (Lupiyoadi, 2001:148). Kualitas ditentukan oleh konsumen dan bukan oleh produsen atau penjual jasa. Kualitas pelayanan penting (Haksever dkk (2000:329), pentingnya menjaga ouput pelayanan terhadap klien (Nevan ,2004:263), Dalam penelitian Yuka Sakurai and Valerie Braithwaite (2001: 2), disebutkan bahwa tingkat praktisi pajak yang memenuhi kebutuhan khusus tentang wajib pajak tergantung pada beberapa faktor, yaitu sebagai berikut: (1). Praktisi pajak mempunyai kode praktek sendiri untuk membentuk kemampuan kompetensi mereka terhadap kebutuhan wajib pajak (Cruz, Shafer & Strawser, 2000; Marshall, Smith & Armstrong, 1997). (2).

Praktisi pajak harus mempunyai kompetensi, karena beroperasi di suatu pasar yang kompetitif, keberlangsungan pekerjaan mereka mungkin tergantung pada kapasitas mereka melakukan apa yang wajib pajak minta, apakah itu legal, ilegal atau di daerah *grey area*. Beberapa penelitian menyatakan bahwa praktisi pajak memilih jenis nasihat (agresif atau konservatif) yang mereka berikan kepada klien atas dasar karakteristik dari klien, seperti pilihan risiko klien. (Duncan, LaRue & Reckers, 1989). (3). Praktisi pajak profesional yang bersertifikat memainkan peran yang rangkap tergantung dari hukum perpajakan. Selain membantu kliennya, *tax agents* berperan sebagai penegak dari hukum perpajakan. (Klepper, Nagin dan Mazur, 1991).

Persepsi kesesuaian (fit atau congruency) banyak peneliti mendefinisikan cukup beragam dan banyak peneliti yang sepakat bahwa persepsi tentang kesesuaian memiliki dasar kognitif yang banyak (Badri dan Ali, 2012, 148; Nan dan Heo, 2007). Persepsi fit tinggi apabila ada kesamaan persepsi antara konsultan pajak dengan klien yang ditangani pada aktivitas yang dihadapi (misalnya : konsultasi bidang pajak) atau kesesuaian citra antara konsultan pajak dan klien (konsep teori ideosyncratic) oleh penulis (Gwinner, 1997) dan peneliti (Badri dan Alfi, 2012), citra yang tinggi (Beneza,1996). Dan persepsi akan tinggi bila ada relevansi, konsistensi antara klien dengan konsultan pajak (Zdravkovi, Magnusson, Stanly, 2010 dalam Badri dan Alfi , 2012).

2.4. Individu Klien dan klien organisasi

Klien individu yang dihadapi oleh organisasi konsultan pajak atau konsultan pajak individu mempunyai karakteristik dan budaya yang bermacam-macam. Individualisme didefinisikan sebagai budaya yang mengagungkan hak dibandingkan kewajiban, perhatian yang tinggi pada pemenuhan kebutuhan diri dan keluarga, serta mengidentifikasi diri pada prestasi pribadi (Hofstede, 1980, Badri dan Alfi, 2012). Dapat disimpulkan bahwa klien individu biasanya hanya mementingkan diri sendiri untuk dilayani secara lebih oleh konsultan pajak. Klien organisasi yang dihadapi oleh konsultan pajak biasanya mencari kebersamaan dalam menyelesaikan perbedaan yang ada dan saling menghormati. Budaya organisasi berbeda dengan budaya individu, budaya organisasi (perusahaan) menganggap bahwa konsultan pajak baik individu atau organisasi konsultan pajak, menganggap bahwa mereka membantu kewajiban organisasi (perusahaan) untuk membantu menyelesaikan

kewajiban membuat laporan kepada pemerintah. Konsep budaya individualisme (klien perorangan) dan kolektifisme (klien organisasi/perusahaan) mempunyai variasi yang tidak sama (Oyserman dkk, 2002 dalam Badri dan Alfi, 2012), yang memang tidak bisa dihindari oleh konsultan pajak.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode adalah metode survey. Menurut Irawan 2000,68 dalam Ignatius dan Dita Ardiyanti (2012,172), metode survey adalah "Metode yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data". Sifat penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan diskriptip kuantitatip. Masing-masing responden dalam penelitian ini diperlakukan sama dan penelitian ini mempunyai tujuan menjelaskan berbagai kondisi, variabel yang timbul terhadap pelayanan konsultan pajak sebagai obyek penelitian terhadap klien pajak sesuai apa yang terjadi.

3.2. Sampel penelitian

Obyek penelitian adalah Ikatan Konsultan Pajak Indonesia (IKPI) wilayah Surabaya, dengan responden klien yang dilayani oleh IKPI Surabaya dengan jumlah 150 orang responden.

3.3. Teknik Analisis Data

Pengumpulan data dari penelitian ini dilaksanakan dengan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer. Guna mengecek apakah responden memahami kuesioner yang harus dijawab, maka dilakukan pre test untuk kuesioner kepada calon responden yang diambil beberapa sampel (10 orang). Peneliti menggunakan skala likert dengan menggunakan 5 poin, dimana nilai 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan nilai 5 menunjukkan nilai sangat setuju. Hasil pre test kuesioner yang memuaskan yang menjadi dasar utama untuk penyebaran kuesioner yang diikuti oleh 150 orang responden.

3.4. Hipotesis

Apabila jasa pelayanan konsultan pajak diasosiasikan secara positip , affect akan terjadi dimana klien pajak terhadap jasa pelayanan merencanakan pajak individu atau organisasi/perusahaan mempunyai pengaruh positip terhadap individu klien pajak atau klien organisasi. Perencanaan pajak tahunan organisasi atau perusahaan akan meningkatkan kemampuan menyelesaikan utang pajak pada akhir tahun pajak, karena perusahaan dibantu konsultan pajak dapat merencanakan pajak yang akan dibayar.

H1. Pelayanan jasa perencanaan pajak oleh kosnsultan pajak terhadap kliennya (individu maupun organisasi) pajak akan berpengaruh positip terhadap kinerja konsultan pajak.

Klien pajak individu harus diberikan perhatian yang tinggi, karena klien individu dalam dirinya meminta perhatian yang tinggi terhadap diri sendiri dan bagaimana memenuhi kebutuhannya (Hofstede, 1980). Mereka cenderung tidak menghiraukan kepentingan orang lain atau kepentingan konsultan pajak, mengingat klien individu fokus menginginkan pemenuhan apa yang dibutuhkannya dan harus segera ditangani. Klien yang individualistik tidak memperdulikan kondisi sekitarnya (Choi, Nisbet dan Norenzayan, 1999 dalam Badri Dan Yulfi, 2012), sehingga klien yang individualisme tinggi cenderung untuk dilayani sesegera mungkin, dan juga cenderung berupaya untuk menyeimbangkan biaya dan manfaat yang diperoleh, dibandingkan dengan klien yang individualistiknya rendah. Sedangkan klien organisasi atau perusahaan akan memiliki perhatian yang tinggi terhadap pemenuhan kewajibannya, saling menjaga profesionalisme masing-masing, memiliki tingkat kepuasan tinggi apabila mampu menyelesaikan kewajibannya, memperhatikan lingkungan sekitarnya. Dengan penyesuaian persepsi antara klien dan pelayanan konsultan pajak akan berpengaruh positip terhadap kinerja konsultan pajak.

H2. Penyamaan persepsi klien pajak dengan jasa pelayanan pajak oleh konsultan pajak akan berpengaruh positip terhadap kinerja konsultan pajak.

Jasa konsultan pajak diantaranya adalah bantuan jasa pengisian SPT pajak tahunan baik klien pajak individu maupun organisasi atau perusahaan. Jasa pengisian SPT oleh konsultan pajak hanya mengisikan dan melaporkan kewajiban pajak kepada pemerintah dan sesuai dengan

peraturan perundang-undangan pajak. Disini ada konsep kepercayaan antara klien dan konsultan pajak; dimana konsep kepercayaan ada ketika salah satu pihak memiliki keyakinan ada kehandalan mitra mereka (Moorman, Deshpande dan Zaltinan, 1992, p.82) berhubungan dengan kualitas, konsistensi, kompeten, jujur, adil, bertanggungjawab, (Altman, Taylor , 1973; Dwyer dan Lagace,1956; Larzelere dan Huston 1980, Rotten, 1971). Customer satisfaction dimana hasil melebihi dari harapan konsumen, artinya kepuasan klien adalah hasil pelayanan jasa pengisian pajak sesuai dengan harapan klien dan atau melebihi dari harapan klien pelayanannya.

H3. Persepsi klien terhadap jasa pelayanan pengisian SPT akan berpengaruh positip terhadap kinerja konsultan pajak.

Jasa-jasa yang ditawarkan oleh Konsultan Pajak (UU No, 28/2007) tentang ketentuan umum dan tatacara perpajakan (KUP) diantaranya adalah jasa pendampingan pemeriksaan pajak. Jasa pendampingan pemeriksaan pajak oleh konsultan pajak sangat diperlukan oleh klien pajak, dimana dengan dilaksanakan pendampingan pemeriksaan pajak oleh konsultan pajak sangat membantu klien untuk mempersiapkan bahan-bahan yang akan diperiksa (audit) dan mempersiapkan jawaban-jawaban kemungkinan pertanyaan pemeriksaan oleh auditor pajak.

H4. Persepsi positip klien terhadap jasa pendampingan pemeriksaan pajak oleh konsultan pajak akan berpengaruh terhadap kinerja konsultan pajak.

Dalam aktivitas individu maupun organisasi klien pajak selama satu tahun pajak kemungkinan terjadi kasus-kasus yang menyangkut bidang perpajakan yang harus diselesaikan oleh individu atau organisasi maupun perusahaan. Dalam menangani kasus bidang perpajakan ada yang bisa diselesaikan sendiri oleh individu wajib pajak maupun organisasi atau perusahaan wajib pajak, tetapi masih banyak kasus bidang perpajakan yang masih belum bisa diselesaikan oleh wajib pajak individu maupun organisasi atau perusahaan wajib pajak. Dalam menyelesaikan kasus yang belum bisa diselesaikan biasanya mereka meminta bantuan konsultan pajak. Konsultan pajak yang diminta menyelesaikan kasus perpajakan ini akan menyelesaikan kasus kliennya sesuai dengan prosedur dan peraturan

yang berlaku. Disini perhatian klien tinggi apabila seluruh kasus yang ditangani oleh konsultan pajak mampu diselesaikan dengan baik dan tepat waktu .

H5. Penyelesaian kasus perpajakan klien oleh konsultan pajak dengan baik dan tepat waktu akan berpengaruh positip terhadap kinerja konsultan pajak.

Setelah membuat laporan keuangan, kemudian membuat laporan perpajakan oleh klien sebelum laporan penyetoran pajak oleh klien kepada pemerintah perlu juga dilakukan review atas laporan tersebut. Langkah ini perlu dilaksanakan agar laporan perpajakan tidak ada kesalahan. Kesalahan pelaporan pajak akan berakibat terjadinya pemeriksaan pajak oleh kantor pajak. Kalau sudah terjadi pemeriksaan pajak urusan perusahan atau organisasi akan semakin panjang dan membutuhkan waktu, biaya dan tenaga. Oleh sebab itu dengan adanya review yang dilakukan akan mengurangi tingkat kesalahan wajib pajak untuk penghitungan pajaknya. Review pajak bisa dimintakan kepada konsultan pajak. Konsultan pajak akan melaksanakan review pajaknya sesuai dengan perintah klien pajaknya. Hasil terpenting dari jasa review oleh konsultan pajak adalah dengan review yang dilaksanakan kesalahan pembuatan laporan pajak tidak ada (Robins, 2002).

H6. Penyelesaian review pajak oleh konsultan pajak yang benar dan tepat waktu akan berpengaruh positip terhadap kinerja konsultan pajak.

Pengukuran hasil kerja konsultan pajak diketahui dari hasil pelayanan dan penyesuaian persepsi klien pajak, pengukuran mengidentifikasikan kontribusi dari organisasi terhadap kepuasan klien atas jasa pelayanan pajak.

4. Hasil Penelitian

4.1. Pengujian Validitas dan Realiabilitas

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh klien Kantor Konsultan Pajak di wilayah Surabaya sebanyak 102 Anggota Ikatan Konsultan Pajak Indonesia (IKPI) wilayah Surabaya pada data organisasi periode 2009-2014 yang klien pajaknya lebih dari 15 orang, sampel penelitian setiap kantor konsultan pajak yang memenuhi kriteria penelitian akan diambil

respondennya, dan sampel penelitian ini diperoleh 150 orang. Sedangkan responden yang mengembalikan mengisi dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian kuesioner adalah 128 orang, sedangkan responden yang tidak mengembalikan isian kuesioner sebanyak 25 orang, yang pengisian tidak benar dan tidak sesuai adalah 7 orang responden. Dimana responden pria 56 orang (44%) dan wanita 72 orang (56%), rentang umur responden 20 tahun sampai dengan 25 tahun 46 orang (36%), rentang umur 25 sampai dengan 40 tahun 59 orang (46%), rentang umur 41 sampai dengan 50 tahun 20 orang (16%), rentang umur lebih dari 50 tahun 3 orang (2%). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda ($Y= a + b_1X_1 + b_2X_2 \ldots\ldots + b_nX_n + e$), dengan bantuan paket program SPSS versi 16,0, dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 atau dibawah 5% yang dinyatakan valid dan product moment (P) lebih rendah 5%. Pada variabel X1 sampai dengan X6 bahwa klien mengetahui jasa konsultan pajak dan kualitas pelayanan dimana nilai signifikansi diatas 0,05 dan product moment (P) lebih kecil dari 0,05, lihat tabel 1 pada lampiran. Validitas *(Validity)* Data Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Oleh karena itu, jika sinonim dari reliabilitas adalah konsistensi, maka esensi dari validitas adalah akurat. Suatu instrument pengukur dikatakan valid jika instumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur dikatakan memiliki realibilitas yang tinggi jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama deperoleh hasil yang relative sama. Nilai realibilitas alpha cronbach > 60 (nilai α). Hasil realibilitas X1 sampai dengan X6 nilai alpha cronbachnya > 60 artinya hasil pengukuran realibel (lihat tabel 2 pada lampiran). Artinya bahwa klien konsultan pajak familier terhadap organisasi konsultan pajak dan klien pajak mengetahui juga jasa pelayanan konsultan pajak.

4.2. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji H1,H2,H3,H4,H5,H6 yang diajukan peneliti menggunakan one way ANOVA dengan hasil dari hasil uji F (lihat tabel 3 pada lampiran), dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 509,267, pada Sig. (P) = 0,000, atau P < 0,05 berarti menunjukkan bahwa ada pengaruh persepsi klien terhadap jasa pelayanan konsultan pajak secara keseluruhan (jasa Perencanaan Pajak, jasa Konsultan Pajak, jasa Pengisian SPT Perpajakan, jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak, jasa Penanganan Kasus Perpajakan, dan jasa Review Perpajakan) berpengaruh positip pada Kinerja konsultan pajak. Sedangkan masing-masing

jenis pelayanan konsultan pajak berkorelasi dengan tingkat kepuasan klien pajak dan berpengaruh siginifikan (positip) terhadap kinerja konsultan pajak, dimana hasil perhitungan t hitung lebih besar dari pada t tabel (lihat tabel 4 pada lampiran). Pengujian Asumsi Klasik **: (a).** Uji Autokorelasi keterkaitan antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu dan ruang (Gujarati, 1988:201). Salah satu asumsi penting dari perhitungan asumsi klasik adalah tidak terdapat autokorelasi atau kondisi yang berurutan di antara pengganggu yang digunakan dalam fungsi regresi. Untuk mengetahui ada atau tidak gejala autokorelasi dalam perhitungan regresi dapat dilihat dari besarnya Durbin Watson, dengan patokan adalah sebagai berikut: (1). DW < 1,10 : ada auto korelasi (2). 1,10 < DW< 1,54 : tanpa kesimpulan (3). 1,55 < DW < 2,46: tidak ada autokorelasi (4). 2,56 < DW < 2,96 : tanpa kesimpulan (5). - DW > 2,91: ada autokorelasi. Hasil perhitungan pengolahan data menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,569 sehingga nilai Durbin Watson tersebut berada diantara 1,55 sampai 2,46, artinya tidak ada auto korelasi (lihat tabel 5 pada lampiran). Multikolinieritas merupakan salah satu pelanggaran dari asumsi klasik, karena akan menyebabkan *Ordinary Least Square* (OLS) tidak dapat ditentukan dan variance serta standard error-nya tak terhingga. Untuk mengidentifikasi ada atau tidak adanya multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tingkat toleransi. Suatu model regresi dikatakan bebas multikolinieritas apabila mempunyai nilai VIF kurang dari angka 10 dan mempunyai toleransi mendekati 1. Hasil perhitungan Berdasarkan table 6 (lihat lampiran), dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) Persepsi klien terhadap jasa Perencanaan Pajak, Persepsi klien terhadap jasa Konsultan Pajak, Persepsi klien terhadap jasa Pengisian SPT Perpajakan, Persepsi klien terhadap jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak, Persepsi klien terhadap jasa Penanganan Kasus Perpajakan, dan Persepsi klien terhadap jasa Review Perpajakan kurang dari angka 10 dan mempunyai nilai toleransi mendekati 1. Ini dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut di atas tidak terdapat gejala multikolinieritas atau non multikolinieritas. Pengujian Heteroskedastisitas, model regresi yang baik adalah tidak mempunyai heteroskerdastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskerdastisitas adalah (1). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskerdastisitas.(2). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbuh Y, maka tidak terjadi heteroskerdastisitas. Dari gambar 1

sampai dengan 4 (lihat lampiran) terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan dalam model yang dihasilkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Terdapat dua pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini. Pertanyaan pertama adalah apakah persepsi klien pajak sudah sesuai dengan jasa dan pelayanan konsultan pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesesuaian yang tinggi persepsi klien dengan jasa dan pelayanan konsultan pajak menyebabkan klien pajak tersebut akan memakai jasa konsultan pajak dan akan meningkatkan kepercayaan klien yang cukup tinggi untuk konsultan pajak. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat kesesuaian yang tinggi dapat meningkatkan sikap konsumen terhadap hasil produk (jasa) yang diberikan (Badri dan Ali, 2012, Menon dan Kahn 2003, Nan dan Heo, 2007).

Pertanyaan kedua adalah apakah karakteristik klien pajak yang dilayani baik individu maupun organisasi berdampak pada kinerja konsultan pajak (IKPI wilayah Surabaya). Hasil analisa menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh langsung karakteristik dari klien yang dilayani baik individu maupun organisasi terhadap kinerja konsultan pajak/organisasi konsultan pajak. Hal ini disebabkan bahwa klien pajak membutuhkan konsultan pajak untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya, hal ini mengurangi karakteristik dari klien individu maupun klien orgaisasi. Disamping itu antara klien dan organisasi konsultan pajak saling menghormati kedudukan dan profesi masing-masing.

5.2. Saran

a. Saran implikasi yang diberikan kepada konsultan pajak terhadap klien mereka adalah sebagai berikut :

   Pertama, tingkat kesesuaian atau relevansi karakteristik klien konsultan pajak dengan pelayan yang diberikan organisasi konsultan pajak merupakan isu penting terhadap keberhasilan kinerja dan menanam kepercayaan yang cukup tinggi terhadap organisasi pajak (Badri dan Alfi,2012, Nan dan Heo, 2007). Oleh sebab itu organisasi konsultan pajak maupun konsultan pajak individu harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumen

(klien pajak) yang dilayaninya. Perlunya langkah proaktif kepada klien pajak untuk menanyakan tingkat kepuasan klien dan membuka diri terhadap konsultasi permasalahan perpajakan maupun yang lain berkisar perpajakan dengan tidak mempertimbangkan biaya yang dipungut.

b. Kontribusi penelitian selain diberikan kepada konsultan pajak, penelitian ini juga memiliki implikasi akademis. Pertama bahwa penelitian ini meneliti dampak jasa pelayanan klien pajak oleh organisasi konsultan pajak terhadap karakteristik klien pajak baik individu maupun organisasi terhadap jasa pelayanan pajak yang berpengaruh juga terhadap organisasi pajak . Kedua bahwa penelitian ini juga memperhatikan antara kesesuaian persepsi klien pajak baik individu mapun organisasi terhadap kinerja organisasi konsultan pajak yang kadang diabaikan oleh organisasi, hal ini bisa berpengaruh terhadap loyalitas klien pajak, sehingga berpengaruh juga terhadap masuknya klien baru. Ketiga organisasi konsultan pajak harus juga menyesuaikan budaya dari klien pajaknya baik klien individu maupun organisasi. Apabila terjadi ketidak sesuaian budaya ini akan berdampak pada kinerja organisasi, hal ini sesuai dengan pendapat Hofstede (1980).

c. Meskipun penelitian ini sudah didisain sebaik mungkin masih terdapat kelemahan-kelemahan. Penelitian ini hanya menggunakan responden yang ada pada kantor IKPI wilayah Surabaya, meskipun validitas internal tercukupi namun eksternal validitas belum terpenuhi, untuk itu perlu diperluas responden yang akan digunakan dengan responden wilayah diluar IKPI Surabaya agar validitas eksternal dapat ditingkatkan. Selanjutnya bahwa penelitian ini hanya dilakukan di Surabaya terhadap budaya individu dan organisasi (Hofstede, 1980) klien pajak.

Penelitian ke depan dapat meningkatkan realiabilitas hasil penelitian ini dengan membandingkan responden klien dari beberapa wilayah di luar Surabaya di wilayah Indonesia atau mungkin beberapa Negara. Penelitian selanjutnya dapat diteliti keterlibatan klien pajak terhadap jasa pelayanan pajak yang tidak bertentangan dengan peraturan pemerintah maupun kode etik profesi, agar jasa yang dihasilkan mempunyai kualitas jasa pelayanan yang sangat baik atau rendah.

Tabel 1
Uji Validitas

ANGKET	KOEFISIEN KORELASI (r)	PROBABILTAS (P)	KET.
Persepsi klien terhadap jasa Perencanaan Pajak (X1)			
X11	0,414	0,000	Valid
X12	0,784	0,000	Valid
X13	0,859	0,000	Valid
Persepsi klien terhadap jasa Konsultan Pajak (X2)			
X21	0,600	0,000	Valid
X22	0,796	0,000	Valid
X23	0,855	0,000	Valid
Persepsi klien terhadap jasa Pengisian SPT Perpajakan (X3)			
X31	0,599	0,000	Valid
X32	0,745	0,000	Valid
X33	0,769	0,000	Valid
Persepsi klien terhadap jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak (X4)			
X41	0,640	0,000	Valid
X42	0,709	0,000	Valid
X43	0,848	0,000	Valid
Persepsi klien terhadap jasa Penanganan Kasus Perpajakan (X5)			
X51	0,684	0,000	Valid
X52	0,805	0,000	Valid
X53	0,782	0,000	Valid
Persepsi klien terhadap jasa Review Perpajakan (X6)			
X61	0,622	0,000	Valid
X62	0,775	0,000	Valid
X63	0,805	0,000	Valid
Kualitas Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)			
Y1	0,565	0,000	Valid
Y2	0,577	0,000	Valid
Y3	0,736`	0,000	Valid
Y4	0,690	0,000	Valid

Tabel 2.
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Persepsi klien terhadap jasa Perencanaan Pajak (X_1)	0,775	Reliabel
Persepsi klien terhadap jasa Konsultan Pajak (X_2)	0,804	Reliabel
Persepsi klien terhadap jasa Pengisian SPT Perpajakan (X_3)	0,778	Reliabel

Persepsi klien terhadap jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak (X_4)	0,793	Reliabel
Persepsi klien terhadap jasa Penanganan Kasus Perpajakan (X_5)	0,802	Reliabel
Persepsi klien terhadap jasa Review Perpajakan (X_6)	0,796	Reliabel
Kualitas Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)	0,750	Reliabel

Tabel 3
Hasil Perhitungan UJi F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266.862	6	44.477	509.267	.000[a]
	Residual	10.568	121	.087		
	Total	277.430	127			

a. Predictors: (Constant), JASA REVIEW , JASA PENANGAN KASUS, JASA PENGISIAN SPT, JASA KONSULTAN, JASA PENDAMPING, JASA PERENCANAAN

Tabel 4.
Hasil Perhitungan Uji t

Variabel			t hitung	t tabel	nilai sig. t	Kesimpulan
Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)	←	Persepsi klien terhadap jasa Perencanaan Pajak (X_1)	3,254	1,978	0,001	Signifikan
Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)	←	Persepsi klien terhadap jasa Konsultan Pajak (X_2)	4,523	1,978	0,000	Signifikan
Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)	←	Persepsi klien terhadap jasa Pengisian SPT Perpajakan (X_3)	2,676	1,978	0,008	Signifikan
Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)	←	Persepsi klien terhadap jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak (X_4)	3,190	1,978	0,002	Signifikan
Kinerja Kantor		Persepsi klien terhadap jasa	3,809	1,978	0,000	Signifikan

Konsultan Pajak (Y)	←	Penanganan Kasus Perpajakan (X_5)				
Kinerja Kantor Konsultan Pajak (Y)	←	Persepsi klien terhadap jasa Review Perpajakan (X_6)	2,108	1,978	0,037	Signifikan

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.981[a]	.962	.960	.29553	1.569

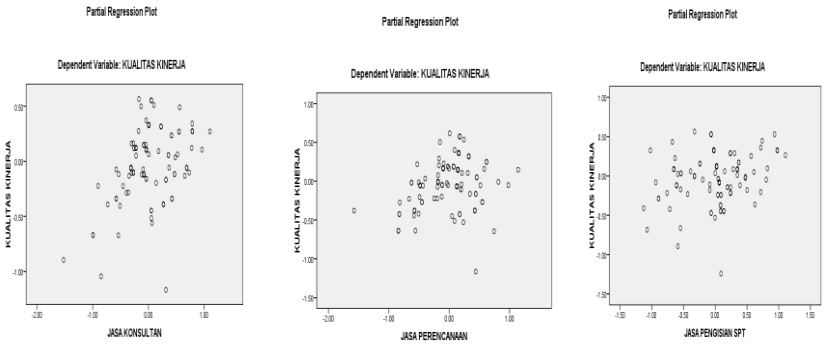
a. Predictors: (Constant), JASA REVIEW , JASA PENANGAN KASUS, JASA PENGISIAN SPT, JASA KONSULTAN, JASA PENDAMPING, JASA PERENCANAAN

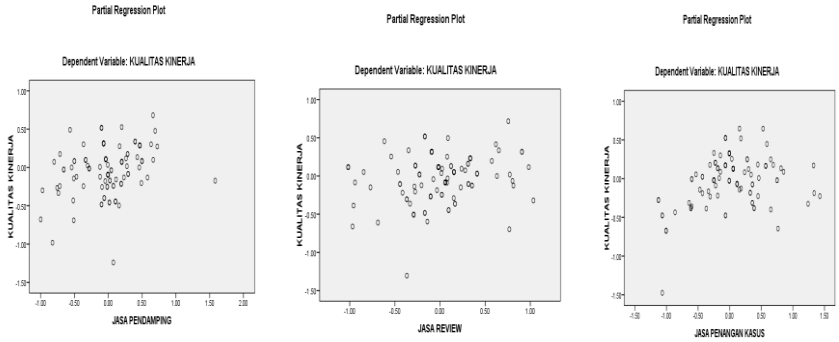
b. Dependent Variable: KINERJA

Tabel 6
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerensi	VIF
Persepsi klien terhadap jasa Perencanaan Pajak (X_1)	0,159	7,112
Persepsi klien terhadap jasa Konsultan Pajak (X_2)	0,140	7,211
Persepsi klien terhadap jasa Pengisian SPT Perpajakan (X_3)	0,139	7,220
Persepsi klien terhadap jasa Pendamping Pemeriksaan Pajak (X_4)	0,104	9,623
Persepsi klien terhadap jasa Penanganan Kasus Perpajakan (X_5)	0,146	6,870
Persepsi klien terhadap jasa Review Perpajakan (X_6)	0,119	8,369

Gambar 1





D**aftar Pustaka :**

Allen J, Natalie & Meyer, John P. 1990. *The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Comitment to The Organization. Journal of Occupational Psychology*. Vol 63

Badri Munir Sukoco dan Mochammad Alfi Yusuf, 2012, Dampak Kesesuaian Merek/Cause dan Individualisme-Kolektifisme terhadap Niat Konsumen untuk Berpartisipasi pada Program CRM, Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia, Vol.41 No.2 Maret-April 2012

Cruz, C. A., Shafer, W. E., & Strawser, J. R. (2000*). A multidimensional analysis of tax practitioners' ethical judgments*. Journal of Business Ethics, 24, 223-244

Duncan, William A., David LaRue, and Philip M. J. Reckers. 1989. *An Empirical Examination of the Influence of Selected Economic and Noneconomic Variables on Decision Making by Tax Professionals*. Advances In Taxation 2:91-106

Haksever, C ; Render, B ; Russell, R; Murdick, R.G; (2000) : *Service Management and Operation*, Prantice Hall

Hofstede, Geert,1980, *Culture Consequences*, Beverly Hills, CA:Sage

Ign Heruwasto dan Dita Ardijanti, 2012. *Pengaruh Experiental Marketing Pengguna Blackberry Terhadap Relationship Marketing Outcomes (Studi pada Mahasiswa IISIP Jakarta*), Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia, Vol.41 No.2 Maret-April 2012

IKPI website,Juni 2012

Jee Young Seong & Doo-Seung Hong & Won-Woo Park, 2011: *Work status, gender, and organizational commitment among Korean workers: The mediating role of person-organization fit*, # Springer Science+Business Media, LLC 2011

Jasfar, 2003, *Kepuasan Pelanggan dan Price Acceptance (studi kasus pada Penumpang Penerbangan Nasional)*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Widyamandala, Volume Ke 4, No.2 September 2003

Kouzes James & Barr Z Posner, 1993, *Credibility* :*How Leaders Gain and Lose It, Why People Demand It*, Jossey-Bass, San Francisco

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Marshall, R.L., Smith, M. & Armstrong, R.W. (1997). *Self-assessment and the tax audit lottery: The Australian experience*. Managerial Auditing Journal, 21(1): 9–15.

Setyo Riyanto. 2002. *Pengaruh Komitmen dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelayaanan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Suatu survei Pada Industri Jasa Kurir di Pulau Jawa*. Desertasi Doktor. Universitas Padjadjaran. Bandung

Steven Klepper, Mark Mazur and Daniel Nagin, 1991: *Expert Intermediaries and Legal Compliance: The Case of Tax Preparers*, *Journal of Law and Economics*, Vol. 34, No. 1 (Apr., 1991), pp. 205-229, The University of Chicago Press

UU No, 28 tahun 2007, *tentang Ketentuan Umum dan Tatacara Perpajakan* (KUP)

Yuka Sakurai and Valerie Braithwaite,2001, *Taxpayers' Perceptions of The Ideal Tax Adviser: Playing Safe or Saving Dollars?*, Centre for Tax System Integrity, Research School of Social Sciences, Australian National University 2001