

Determinan Kepuasan Wajib Pajak UMKM Terhadap Penggunaan Jasa Konsultan Pajak

Hardi Juliawan¹, Dekar Urumsah²

^{1,2}Program Magister Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

business.hardijuliawan@gmail.com¹, dekar.urumsah@uui.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of reliability, responsiveness, guarantee, empathy, physical evidence, flexibility and price factors on satisfaction with tax consultant services. This research uses a quantitative approach with survey methods and questionnaire techniques distributed to MSME taxpayers in Indonesia who have used tax consultants. Data were collected using convenience sampling techniques, the sample obtained was 330 respondents who were analyzed using SEM-PLS with SmartPLS 3. Based on hypothesis testing, the research results showed that reliability, responsiveness, guarantee, empathy, physical evidence, flexibility and price had a positive and significant effect on satisfaction with tax consultant services. This research uniquely combines both the SERVQUAL model framework and the marketing mix to evaluate and provide a comprehensive analysis of the dimensions of service quality and marketing strategies on MSME taxpayer satisfaction in using tax consultants.

Keywords: Quality of service, Taxpayer Satisfaction, Tax consultant services, MSME Taxpayers

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, fleksibilitas dan harga terhadap kepuasan jasa konsultan pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik kuesioner yang disebarluaskan kepada wajib pajak UMKM di Indonesia yang pernah menggunakan konsultan pajak. Pengumpulan data dengan teknik *convenience sampling*, sampel yang didapatkan sebanyak 330 responden yang dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS 3. Berdasarkan uji hipotesis, hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, fleksibilitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jasa konsultan pajak. Penelitian ini secara unik menggabungkan kedua kerangka kerja model SERVQUAL dan bauran pemasaran untuk mengevaluasi dan memberikan analisis komprehensif mengenai dimensi kualitas layanan dan strategi pemasaran terhadap kepuasan wajib pajak UMKM dalam menggunakan konsultan pajak.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Wajib Pajak, Jasa konsultan pajak, Wajib Pajak UMKM

PENDAHULUAN

Masyarakat atau entitas yang menempati sebuah negara dan telah memenuhi persyaratan menjadi wajib pajak, mempunyai kewajiban untuk membayar pajak kepada negara yang ditempati sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Pajak

nantinya akan digunakan untuk kegiatan yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat serta mendanai pembangunan lokal dan nasional (Anthony & John, 2022; Yunita & Rakhman, 2022). Negara Indonesia menganut *self-assessment* sebagai sistem perpajakan sejak 1984, yang membuat wajib pajak harus menghitung, membayar, dan melaporkan jumlah pajak secara mandiri, yang nantinya harus dibayarkan kepada pemerintah melalui Kantor Pelayanan Pajak (Gosal & Utami, 2020).

Wajib pajak pada negara Indonesia terdiri dari berbagai jenis dan salah satunya yaitu wajib pajak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dan dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Hal ini didukung Anastasya (2023) bahwa UMKM di Indonesia pada tahun 2022 pada platform *Online Single Submission – Risk Based Approach* (OSS) telah tercatat sebanyak 8,71 juta unit. Melihat jumlah data UMKM yang terdaftar, dapat dikatakan bahwa UMKM berpotensi sebagai sektor yang berkontribusi paling banyak dalam hal pemasukan pajak. Namun, berbeda dengan fakta yang ada. Di mana kontribusi pajak penghasilan final UMKM pada tahun 2019 hanya sekitar 1,1% dari total penerimaan PPh atau setara dengan Rp 7,5 triliun. Selain itu 61% pelaku UMKM tidak memanfaatkan dengan baik, fungsi PPh final sebesar 0,5% (Catriana & Sukmana, 2019). Hal ini dapat terjadi diduga karena masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang ketentuan perpajakan serta mengenai perhitungan perpajakan (Intan & Zuraya, 2021).

Sebagai pemilik usaha UMKM, membuat wajib pajak untuk berfokus mengembangkan bisnis yang dimiliki dan sekiranya tidak mempunyai waktu atau tenaga lebih untuk memahami peraturan perpajakan yang bersifat kompleks. Di saat yang bersamaan pemilik UMKM terpaksa harus memperhatikan perpajakan yang dikenakan oleh bisnis yang dimiliki karena telah menjadi bagian wajib pajak di negara Indonesia (Satria, 2024). Kompleksitas peraturan perpajakan telah membatasi, penggunaan sistem *self assessment* bagi para wajib pajak dan membuat mereka menjadi lebih emosional, marah, takut, dan merasa bersalah. Peraturan perpajakan sangat kompleks sehingga memerlukan bantuan konsultan pajak (Mangoting *et al.*, 2024). Konsultan pajak sebagai penyedia layanan jasa yang dijalankan oleh individu atau organisasi profesional yang dapat memberikan bantuan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh wajib pajak (Nugraheni *et al.*, 2021).

Indonesia memiliki jumlah konsultan pajak yang sedikit, hanya sekitar 6.000 konsultan pajak yang aktif, dibandingkan dengan 50 juta wajib pajak. Rasio konsultan pajak terhadap jumlah penduduk hanya 1:45 ribu, jauh di bawah Malaysia yang mencapai 1:16 ribu. Akses terhadap konsultan pajak menjadi sulit dan mahal, terutama bagi wajib pajak menengah ke bawah (Eliezer, 2023). Terlebih lagi untuk menjadi konsultan pajak, seseorang harus lulus ujian dan memiliki sertifikasi dan izin praktik yang dikeluarkan oleh Direktur Jenderal Pajak. Pada saat yang sama, konsultan pajak juga terlibat dalam menyediakan berbagai layanan yang mencakup konsultasi, manajemen, representasi, dukungan, advokasi klien dalam konteks pemeriksaan pajak dan proses hukum (Agas, 2023). Walau dikatakan mahal, konsultan pajak sebenarnya dapat menawarkan berbagai manfaat bagi wajib pajak

UMKM. Seperti yang dijelaskan Lily (2021) dan Sia (2022) bahwa konsultan pajak dapat membantu dalam mengelola administrasi perpajakan, menghitung dan membayar pajak dengan akurat serta memberikan saran mengenai strategi perpajakan sesuai dengan jenis usaha yang dimiliki klien.

Berdasarkan informasi tersebut, munculnya kontradiksi pada wajib pajak UMKM untuk berpikir dua kali untuk menggunakan jasa konsultan pajak. Terlebih lagi sebagai pengguna jasa konsultan pajak, wajib pajak UMKM dapat mengalami ketidakpuasan dalam beberapa aspek pelayanan yang diberikan. Melihat hal ini, aspek atau faktor yang mempengaruhi kepuasan wajib pajak UMKM terhadap penggunaan jasa konsultan pajak dapat menjadi penelitian topik yang menarik. Penelitian mengenai kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dan berdasarkan penelitian tersebut, untuk mengukur kepuasan pelanggan tidak terlepas dengan bagaimana penyedia jasa dapat memberikan kualitas layanan yang tinggi. Hal ini berhubungan dengan penggunaan 5 dimensi utama kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) model *service quality* (SERVQUAL) yang dikembangkan oleh (Parasuraman *et al.*, 1988, 1991).

Lubis *et al.* (2021) menjelaskan bahwa keandalan penyedia jasa dalam memberikan jasa yang berkualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Rohmawati dan Yanto (2022) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Anthony dan John (2022) membuktikan bahwa penyedia jasa yang memiliki daya tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, namun Suyono *et al.* (2022) mengatakan hal yang sebaliknya bahwa kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh daya tanggap penyedia jasa dalam melayani pelanggan. Di saat yang bersamaan menjelaskan bahwa penyedia jasa yang dapat memberikan jaminan bahwa jasa yang diberikan berkualitas tinggi dan membantu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Bungatang & Reynel (2021) membuktikan bahwa penyedia jasa yang dapat berempati terhadap pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun hal ini dibantah Lubis *et al.* (2021) bahwa tingkat kepuasan pelanggan tidak berpengaruh walau penyedia jasa dapat berempati kepada pelanggan.

Sebagai penyedia jasa juga harus memiliki bukti fisik atau dapat dikatakan sarana dan prasarana yang mumpuni dan berkualitas baik, untuk memberikan kesan positif kepada para pengguna jasa. Hal ini didukung Lestari *et al.* (2023) yang membuktikan bahwa bukti fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan, berbeda dengan Rohmawati dan Yanto (2022) yang membuktikan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Melihat fenomena dan inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu, penelitian ini akan mengembangkan model mengenai kepuasan wajib pajak UMKM terhadap penggunaan jasa konsultan pajak. Terlebih lagi penelitian kepuasan pelanggan terhadap konsultan pajak, baru dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Anthony dan John (2022), Lestari *et al.* (2023) dan Yunita dan Rakhman (2022)

Berdasarkan saran dari penelitian Suyono *et al.* (2022), penelitian ini memutuskan untuk menambah variabel lain yang sekiranya berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti halnya fleksibilitas dan harga. Alasan menambah variabel fleksibilitas karena Gosal dan Utami (2020) mengatakan penyedia jasa yang bertindak fleksibel dalam memberikan pelayanan sembari bisa memberi solusi yang tepat dengan kebutuhan klien, dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mengenai kepuasan pelanggan, juga tidak terlepas dari harga yang harus dibayarkan untuk menggunakan jasa yang ingin digunakan. Yunita dan Rakhman (2022) membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena pelanggan peduli dengan kualitas jasa yang diterima dan mewajarkan bahwa harga yang harus dibayarkan tinggi jika kualitas jasa yang didapatkan terbilang berkualitas tinggi.

Maka dari itu, penelitian ini akan menguji pengaruh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, fleksibilitas dan harga terhadap kepuasan wajib pajak UMKM dalam penggunaan jasa konsultan pajak. Penelitian ini akan menggunakan model kualitas layanan, yaitu SERVQUAL. Model ini merupakan model yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.* (1988) untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh konsultan pajak, yang diukur dari lima dimensi yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Melalui evaluasi terhadap kelima dimensi tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan konsultan pajak, sehingga berdampak pada kepuasan wajib pajak UMKM. Selain itu, konsep bauran pemasaran juga diterapkan dalam penelitian ini sebagai salah satu cara untuk memahami bagaimana aspek strategi pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan dalam penggunaan jasa konsultan pajak. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), Hendrayani *et al.* (2021) dan Mochammad (2023), suatu bisnis atau perusahaan dapat menggunakan dan mengontrol tujuh elemen penting strategi pemasaran seperti halnya produk, harga, promosi, tempat, karyawan, bukti fisik, dan proses, dengan tujuan dapat memuaskan para pelanggan pengguna produk atau jasa yang dimiliki perusahaan dan membuat pelanggan loyal untuk kembali membeli produk atau menggunakan kembali jasa yang pernah digunakan. Kombinasi antara model SERVQUAL dan bauran pemasaran akan membantu peneliti dalam menyusun kerangka penelitian mengenai kepuasan wajib pajak UMKM terhadap penggunaan jasa konsultan pajak.

Peran keandalan sangat krusial dalam penyampaian layanan yang akurat dan tepat waktu (Tjiptono & Chandra, 2020). Konsultan pajak juga memastikan penyampaian layanan yang andal dengan lebih banyak mengambil pendekatan konsultasi atau berbasis solusi terhadap layanan untuk masalah perpajakan (Suyono *et al.*, 2022). Wajib pajak UMKM menganggap kualitas layanan (SERVQUAL) sangat penting, karena mereka mengharapkan layanan yang cepat, akurat, dan tepat pada setiap tahap prosedur perpajakan yang diberikan. Konsultan pajak yang terlatih dengan baik akan mampu memberikan hal yang sama, sehingga para wajib pajak merasa puas karena konsultan pajak memahami masalah perpajakan yang dihadapi oleh wajib pajak UMKM. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan oleh

Simanjuntak *et al.* (2022) dan Suryantara dan Setyawan (2023) yang menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₁: Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

Daya tanggap merupakan dimensi penting lain dari SERVQUAL, yang mengacu pada daya tanggap suatu penyedia jasa terhadap klien melalui penyediaan layanan yang cepat dan efisien (Anthony & John, 2022). Daya tanggap mengacu pada kesiapan karyawan untuk membantu pelanggan dan juga menanggapi permintaan mereka dengan cepat. Dimensi daya tanggap ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap semua layanan yang diberikan. Misalnya, konsultan pajak harus tanggap dengan cara yang melibatkan tanggapan cepat terhadap masalah yang dibutuhkan klien. Jika layanannya tanggap, maka klien akan lebih puas (Chandra *et al.*, 2023). Klien ingin mendapatkan perhatian segera dan layanan yang akurat, terutama memiliki urgensi atau keperluan mendadak terhadap jasa yang akan digunakan. Hal ini juga terkait dengan SERVQUAL, yang mengacu pada harapan wajib pajak terhadap konsultan pajak. Apabila konsultan pajak lebih tanggap terhadap permasalahan klien, maka kepuasan klien terhadap konsultan pajak akan meningkat. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan oleh Anthony dan John (2022) dan Setiono dan Hidayat (2022) yang menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₂: Daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

Jaminan merupakan perilaku karyawan yang membuat pelanggan merasa aman dan percaya terhadap suatu entitas. Jaminan meliputi kesopanan, pengetahuan, dan keahlian untuk menyelesaikan masalah atau kendala yang sedang dihadapi oleh pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2020). Bagi konsultan pajak jaminan sangat penting dalam memberikan layanan kepada klien yang memiliki masalah perpajakan. Salah satu unsur jaminan yang baik adalah pengetahuan tentang sektor perpajakan, yang dapat membantu klien menyelesaikan masalah mereka (Rohmawati & Yanto, 2022). Jaminan terkait dengan SERVQUAL, di mana wajib pajak yang memiliki masalah perpajakan memiliki harapan besar bahwa konsultan pajak dapat memberikan jaminan mengenai penyelesaian masalah mereka dengan tepat. Semakin tinggi jaminan yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat kepuasan wajib pajak terhadap konsultan pajak yang digunakan. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan Solichin *et al.* (2019) dan Mustikasari *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₃: Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

Empati berkaitan dengan aspek layanan pelanggan, yang menangani pemahaman dan tindakan demi kepentingan pelanggan. Ini meliputi perhatian pribadi, perilaku ramah, dan memperhatikan kebutuhan individu (Tjiptono & Chandra, 2020). Misalnya konsultan pajak menunjukkan nilai pelayanan mereka

melalui kualitas komunikasi dan perhatian, yang nantinya dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Anthony & John, 2022). Konsultan pajak yang menanggapi kebutuhan dan keluhan klien dengan baik, dapat menciptakan rasa peduli yang akan meningkatkan kepuasan mereka secara maksimal. Jaminan berkaitan dengan SERVQUAL, di mana wajib pajak memiliki harapan mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh konsultan pajak dan memahami perasaan yang dialami oleh wajib pajak terhadap masalah perpajakan. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan Bungatang dan Reynel (2021) dan Anthony dan John (2022) yang menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₄: Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

Bukti fisik mengacu pada fasilitas, peralatan, dan material yang mencakup penampilan fisik suatu perusahaan termasuk karyawannya. Bukti fisik merupakan prasyarat untuk layanan yang berkualitas; bukti fisik bersifat kasat mata dan nyata yang mencakup teknologi informasi dan komunikasi, peralatan, lokasi, karyawan perusahaan, dan fasilitas yang tampak (Bungatang & Reynel, 2021). Konsultan pajak membutuhkan fitur-fitur menarik yang menarik pelanggan dan berujung pada kepuasan pelanggan. Fitur-fitur ini dapat berupa fasilitas fisik, peralatan, media komunikasi, atau penampilan yang dimiliki oleh konsultan pajak (Solichin *et al.*, 2019). Memahami apa yang optimal dalam hal aspek fisik layanan yang dimiliki merupakan hal yang penting bagi konsultan pajak, untuk memenuhi harapan pelanggan dan meninggalkan kesan yang baik mengenai kualitas layanan yang diberikan. Persepsi yang lebih baik terhadap konsultan pajak dalam hal penampilan fisik diharapkan membuat klien merasa puas dan begitu pula sebaliknya. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan Lestari *et al.* (2023) dan Suryantara dan Setyawan (2023) menyatakan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₅: Bukti Fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

Fleksibilitas merupakan aspek penting dari kualitas layanan yang melibatkan kesiapan penyedia untuk berubah sebagai respons terhadap perubahan kebutuhan dan tuntutan pelanggan dalam hal layanan, waktu pengiriman, atau permintaan khusus. Sifat bisnis menuntut fleksibilitas dalam hal kenyamanan bagi pelanggan di lokasi, jam kerja, karyawan dan bahkan sistem operasional, terutama dalam layanan konsultasi pajak (Gosal & Utami, 2020). Konsultan pajak sebagai penyedia jasa profesional dalam hal perpajakan harus responsif terhadap situasi klien, sehingga klien dapat menjadwalkan pertemuan sesuai jadwal yang mereka inginkan dan memungkinkan penggunaan media alternatif untuk komunikasi dan mengadaptasi strategi pajak dan saran bernilai tambah lainnya. Dengan demikian, kepuasan klien akan meningkatkan jika memastikan bahwa konsultan pajak memberikan fleksibilitas yang dibutuhkan. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan Gosal

dan Utami (2020) yang menyatakan fleksibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₆: Fleksibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

Harga tidak hanya menjadi penentu kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat mempengaruhi organisasi dalam hal profitabilitas. Pentingnya harga dalam organisasi mana pun mencakup nilai produk atau layanan, memenuhi permintaan pasar atau layanan, dan membantu tujuan pemasaran perusahaan (Mochammad, 2023). Dalam layanan konsultasi pajak, ada hubungan penting antara harga dan kepuasan pelanggan. Konsultan pajak harus memastikan bahwa harga akan mencerminkan kualitas layanan yang diberikan (Yunita & Rakhman, 2022). Hal ini sesuai dengan bauran pemasaran, bahwa konsultan pajak dapat meningkatkan transparansi harga dan menambah nilai melalui layanan yang baik, dan menyediakan opsi pembayaran yang fleksibel sebagai strategi pemasaran bisnis untuk menarik calon klien untuk menggunakan jasa mereka. Konsultan pajak juga harus memastikan bahwa layanan yang diberikan memberikan nilai manfaat yang sepadan dengan harga yang dibayarkan oleh klien. Penelitian mengenai variabel ini telah dilakukan oleh Yunita dan Rakhman (2022) dan Dhita *et al.* (2022) yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dibuat hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H₇: Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini merupakan wajib pajak usaha kecil, mikro dan menengah di Indonesia. Menurut Hair *et al.* (2019), ukuran sampel dapat dihitung dengan perkalian 10 dengan jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Dengan 32 indikator dalam penelitian ini, maka jumlah sampel responden yang dibutuhkan setidaknya sebanyak 320 sampel. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang memiliki UMKM dan telah menggunakan jasa konsultan pajak setidaknya sekali untuk berkonsultasi mengenai perpajakan atau membutuhkan bantuan terhadap permasalahan pajak.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dan menggunakan data primer. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara langsung dan secara *online* dengan bantuan Google Form. Penelitian ini menggunakan skala Likert 1 – 6 dengan skala 1 = sangat tidak setuju dan 6 = sangat setuju. Kemudian, data dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3. Tabel 1 di bawah menggambarkan definisi dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Definisi Variabel dan Pengukuran

Variabel	Definisi	Pengukuran
Keandalan	Menyediakan layanan secara tepat waktu, akurat, dan dapat memuaskan pelanggan.	4 pernyataan diadopsi dari (Bungatang & Reynel, 2021)
Daya Tanggap	Waktu yang dicurahkan kepada pelanggan tanpa penundaan, secara efisien menunjukkan kesiapan dan minat dalam melayani pelanggan.	4 pernyataan diadopsi dari (Anthony & John, 2022)
Jaminan	Kemampuan penyedia layanan dalam membangun kepercayaan pelanggan dalam menggunakan jasa.	4 pernyataan diadopsi dari (Lukman <i>et al.</i> , 2022)
Empati	Kemampuan penyedia layanan untuk memberikan perhatian lebih atau personal kepada pelanggan.	4 pernyataan diadopsi dari (Anthony & John, 2022)
Bukti Fisik	Elemen nyata seperti fasilitas, sumber daya, saluran komunikasi yang memungkinkan peningkatan kepuasan pelanggan dan efektivitas operasional dalam bisnis.	4 pernyataan diadopsi dari (Bungatang & Reynel, 2021).
Fleksibilitas	Kemampuan untuk melakukan perubahan mengikuti keadaan sekitar dan kondisi bisnis pasar.	4 pernyataan diadopsi dari (Gosal & Utami, 2020)
Harga	Sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau layanan.	4 pernyataan diadopsi dari (Yunita & Rakhman, 2022)
Kepuasan jasa konsultan pajak	Sejauh mana klien merasa puas terhadap kemampuan konsultan dalam menangani masalah perpajakan, perencanaan strategis, dan rekomendasi yang diberikan.	4 pernyataan diadopsi dari (Lestari <i>et al.</i> , 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase %
Kuesioner yang kembali (<i>online</i>)	280	79,55%
Kuesioner yang kembali (<i>offline</i>)	72	20,45%

Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	22	6,25%
Kuesioner yang dapat diolah	330	93,75%

Tabel 2 menunjukkan bahwa kuesioner yang kembali (*online*) sebanyak 280 kuesioner, sedangkan kuesioner luring yang kembali sebanyak 72 kuesioner. Dari jumlah tersebut, sebanyak 22 kuesioner tidak memenuhi syarat. Sebaliknya 330 kuesioner dapat diolah. Mengingat jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 320 sampel, maka jumlah sampel yang terkumpul sudah mencukupi untuk tahap analisis. Tabel 3 di bawah menunjukkan ringkasan demografis dari 330 responden.

Tabel 3. Deskripsi Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Frekuensi penggunaan jasa konsultan pajak		
1 – 2 kali	156	47,3 %
3 – 4 kali	144	43,6 %
≥ 5 kali	50	9,1 %
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	171	51,8 %
Perempuan	159	48,2 %
Usia		
≤ 20 tahun	44	13,3%
21 – 30 tahun	60	18,2%
31 – 40 tahun	56	17%
41 – 50 tahun	55	16,7%
51 – 60 tahun	64	19,4%
≥ 60 tahun	51	15,5%
Pendidikan Terakhir		
SMA Sederajat	45	13,6%
D-3 Sederajat	42	12,7%
S-1 Sederajat	68	20,6%
S-2 Sederajat	95	28,8%
S-3 Sederajat	80	24,2%
Kriteria Usaha Yang Dimiliki		
Usaha Mikro	146	44,2%
Usaha Kecil	142	43%
Usaha Menengah	42	12,7%
Jenis Usaha Yang Dimiliki		
Usaha Kuliner	60	18,2%
Usaha Dagang	53	16,1%
Usaha Otomotif	43	13%
Usaha Jasa	49	14,8%
Usaha Industri	71	21,5%

Sebelum menguji hasil data yang diperoleh melalui pengujian hipotesis, peneliti melakukan evaluasi model pengukuran atau *outer model* yang nantinya akan berguna dalam menilai validitas dan reliabilitas konstruk penelitian. Dua komponen pengujian validitas adalah validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen biasanya diuji menggunakan nilai *outer loading*. Jika *outer loading* lebih dari 0,70, indikator tersebut dikatakan lulus uji validitas konvergen dan masuk dalam kategori baik atau dinyatakan valid (Muhsan, 2022).

Tabel 4. Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loadings	AVE
Keandalan (K)	Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.	0,866	0,701
	Handal dalam menangani permasalahan klien.	0,784	
	Memberikan pelayanan dengan baik sejak awal pertemuan.	0,859	
	Memelihara pencatatan konsultasi, bebas kesalahan dan pelayanan secara tepat waktu.	0,837	
Daya Tanggap (DT)	Membuat skedul kapan konsultasi akan dilakukan.	0,829	0,708
	Memberikan pelayanan dengan cepat.	0,826	
	Membantu setiap permasalahan perpajakan.	0,858	
Jaminan (J)	Sigap menanggapi setiap permintaan atau permasalahan klien.	0,853	
	Karyawan mampu menanamkan rasa kepercayaan terhadap klien.	0,839	0,722
	Memberikan jaminan atas solusi permasalahan pajak klien.	0,846	
	Konsisten bersikap sopan santun terhadap klien.	0,842	
Empati (EM)	Kompeten dan mempunyai pengetahuan yang luas	0,871	
	Ketersediaan konsultasi personal sesuai kebutuhan spesifik klien.	0,865	0,739
	Memperhatikan permasalahan pajak yang dihadapi klien.	0,851	
	Memberikan sikap yang ramah terhadap klien.	0,865	
Bukti Fisik (BF)	Efektif memberikan bantuan dalam menyelesaikan masalah klien.	0,859	
	Menggunakan metode dan alat terkini.	0,826	0,720
	Fasilitas infrastruktur memadai dalam mendukung layanan jasa.	0,850	
	Memiliki kontak informasi yang mudah dihubungi atau diakses.	0,861	
Fleksibilitas (FB)	Menyediakan berkas/dokumen hasil konsultasi setiap pertemuan.	0,854	
	Memfasilitasi pelayanan di luar jam kerja.	0,853	0,734
	Memfasilitasi pelayanan secara online.	0,869	

	Memberikan opsi pilihan metode pembayaran yang fleksibel.	0,866	
	Memberikan opsi pilihan lokasi tempat untuk berkonsultasi.	0,799	
Harga (H)	Memberikan harga terjangkau.	0,853	0,718
	Memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harga dibayarkan.	0,869	
	Memberikan penawaran harga sesuai dengan kebutuhan klien.	0,866	
	Harga disesuaikan dengan tingkat kompleksitas permasalahan.	0,799	
Kepuasan Jasa	Puas terhadap kinerja konsultan pajak.	0,868	0,742
Konsultan Pajak (KJKP)	Menggunakan kembali jasa konsultan pajak.	0,852	
	Merekomendasikan jasa kepada pihak lain	0,850	
	Mampu meningkatkan kemampuan pengelolaan pajak	0,875	

Tabel 4 di atas menunjukkan, nilai *outer loading* untuk semua indikator terbukti memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE pada keseluruhan variabel memiliki nilai lebih dari 0,5 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel sudah memenuhi kriteria dari uji validitas konvergen dan dianggap sudah valid.

Tes selanjutnya yaitu melakukan uji validitas diskriminan, yang memeriksa apakah indikator masing-masing variabel bebas dari kecenderungan beberapa responden untuk mengisi kuesioner berdasarkan variabel pada variabel lain. Analisis validitas diskriminan dilakukan dengan nilai faktor *cross-loading* dan akar AVE (Rahadi, 2023).

Tabel 5. Cross Loading

	K	DT	J	EM	BF	FB	H	KJKP
K1.1	0,866	0,531	0,533	0,540	0,575	0,562	0,535	0,608
K1.2	0,784	0,517	0,470	0,487	0,476	0,505	0,466	0,537
K1.3	0,859	0,576	0,523	0,551	0,551	0,612	0,508	0,609
K1.4	0,837	0,529	0,515	0,487	0,513	0,552	0,509	0,574
DT2.1	0,472	0,829	0,458	0,478	0,461	0,517	0,492	0,491
DT2.2	0,627	0,826	0,587	0,586	0,612	0,646	0,597	0,600
DT2.3	0,529	0,858	0,481	0,484	0,479	0,517	0,486	0,530
DT2.4	0,516	0,853	0,473	0,472	0,484	0,499	0,492	0,485
J3.1	0,522	0,515	0,839	0,506	0,525	0,510	0,550	0,527
J3.2	0,521	0,506	0,846	0,512	0,503	0,565	0,533	0,542
J3.3	0,435	0,430	0,842	0,431	0,450	0,464	0,472	0,447
J3.4	0,574	0,565	0,871	0,552	0,562	0,586	0,608	0,644
EM4.1	0,539	0,538	0,551	0,865	0,555	0,579	0,553	0,562
EM4.2	0,509	0,499	0,514	0,851	0,512	0,529	0,554	0,511

	K	DT	J	EM	BF	FB	H	KJKP
EM4.3	0,560	0,529	0,482	0,865	0,545	0,549	0,550	0,542
EM4.4	0,514	0,513	0,495	0,859	0,510	0,518	0,534	0,528
BF5.1	0,572	0,556	0,515	0,566	0,826	0,586	0,575	0,555
BF5.2	0,486	0,464	0,465	0,462	0,850	0,510	0,504	0,533
BF5.3	0,519	0,507	0,495	0,544	0,861	0,531	0,563	0,567
BF5.4	0,566	0,541	0,569	0,523	0,854	0,603	0,591	0,643
FB6.1	0,563	0,543	0,505	0,510	0,527	0,851	0,528	0,517
FB6.2	0,566	0,556	0,537	0,551	0,567	0,851	0,563	0,556
FB6.3	0,604	0,583	0,564	0,586	0,606	0,869	0,599	0,605
FB6.4	0,554	0,555	0,551	0,518	0,555	0,855	0,542	0,577
H7.1	0,549	0,564	0,591	0,551	0,585	0,583	0,853	0,592
H7.2	0,537	0,573	0,591	0,597	0,571	0,588	0,869	0,619
H7.3	0,477	0,456	0,494	0,503	0,546	0,496	0,866	0,565
H7.4	0,476	0,500	0,494	0,501	0,534	0,544	0,799	0,486
KJKP1	0,621	0,581	0,620	0,584	0,615	0,588	0,638	0,868
KJKP2	0,603	0,518	0,538	0,530	0,557	0,559	0,538	0,852
KKP3	0,565	0,511	0,484	0,477	0,534	0,513	0,507	0,850
KJKP4	0,606	0,559	0,571	0,548	0,631	0,607	0,619	0,875

Tabel 5 memberikan penjelasan yang mendetail mengenai *cross-loading* dari setiap indikator konstruk. Dalam tabel ini, terlihat bahwa setiap indikator menunjukkan nilai yang lebih tinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menandakan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki kecenderungan yang kuat untuk merefleksikan konstruk yang dimaksud, sehingga meningkatkan validitas pengukuran.

Tabel 6. Akar Kuadrat AVE

	K	DT	J	EM	BF	FB	H	KJKP
K	0,837							
DT	0,643	0,841						
J	0,610	0,599	0,850					
EM	0,617	0,605	0,594	0,860				
BF	0,633	0,611	0,605	0,618	0,848			
FB	0,668	0,654	0,631	0,633	0,660	0,857		
H	0,603	0,619	0,643	0,637	0,660	0,652	0,847	
KJKP	0,696	0,631	0,645	0,623	0,681	0,660	0,671	0,861

Tabel 6 menyajikan informasi yang sangat penting terkait validitas konstruk dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai numerik yang terletak di baris atas dan kanan untuk setiap kolom memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai numerik di bawahnya. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk yang diukur dalam penelitian ini memiliki validitas yang baik.

Selain itu, dengan melihat hasil *cross loading* dan akar AVE (*Average Variance Extracted*) menghasilkan nilai yang baik, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini dapat dianggap valid.

Tabel 7. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Keandalan (K)	0,903	0,857
Daya Tenggap (DT)	0,906	0,863
Jaminan (J)	0,912	0,872
Empati (EM)	0,919	0,883
Bukti Fisik (BF)	0,911	0,870
Fleksibilitas (FB)	0,917	0,879
Harga (H)	0,910	0,869
Kepuasan Jasa Konsultan Pajak (KJKP)	0,920	0,884

Selanjutnya setelah uji validitas adalah uji reliabilitas. Pada tabel 7, nilai masing-masing variabel telah memenuhi kriteria Cronbach's Alpha, yaitu lebih dari 0,6 dan nilai reliabilitas komposit juga memenuhi persyaratan, yaitu lebih dari 0,7. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis data selanjutnya. Setelah dilakukan pengujian *outer model* dan diperoleh hasil yang baik, maka analisis selanjutnya adalah penilaian model struktural atau *inner model* penelitian yang meliputi koefisien determinasi (R^2), uji *Goodness of Fit* (GoF), uji *PLS-Predict*, dan uji hipotesis.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2)

	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Jasa Konsultan Pajak (KJKP)	0,645	0,637

Tabel 8 menunjukkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,637. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, fleksibilitas, dan harga menjelaskan variabel dependen, kepuasan terhadap layanan konsultasi perpajakan sebesar 63,7% dan sisanya sebesar 36,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

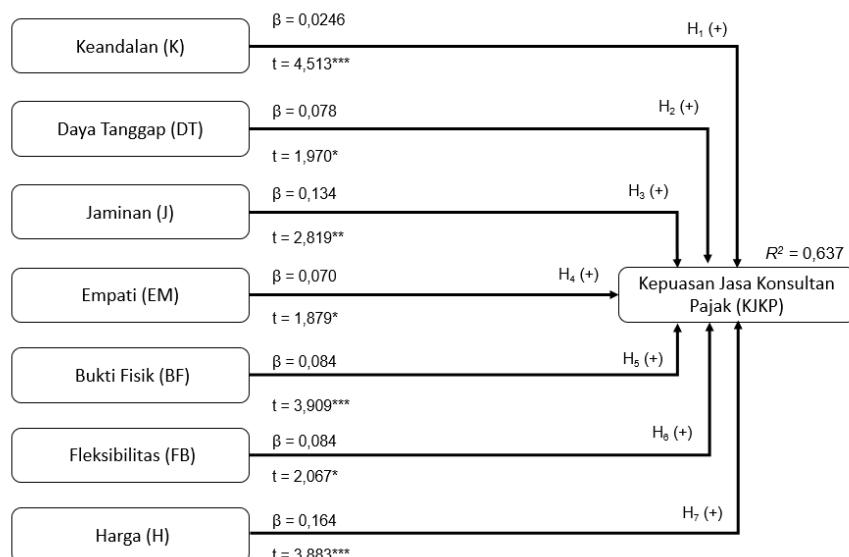
$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2} = \sqrt{0,720 \times 0,637} = 0,68$$

Uji GoF merupakan teknik statistik untuk menguji kesesuaian. Uji ini memperoleh indeks kesesuaian dengan mengalikan nilai rata-rata indeks kesamaan dengan akar kuadrat nilai rata-rata R^2 . GoF berkisar antara 0 hingga 1 (Ghozali, 2015). Nilai 0,68 menunjukkan kesesuaian yang sangat baik; dengan demikian, model penelitian yang digunakan cocok dan tepat untuk penelitian.

Tabel 9. *PLS-Predict*

Item	PLS_RMSE	PLS_MAE	LM_RMSE	LM_MAE
KJKP1	0,876	0,608	0,891	0,607
KJKP2	1,016	0,646	1,025	0,667
KJKP3	1,084	0,689	1,106	0,738
KJKP4	0,922	0,629	0,946	0,647

Pengujian PLS-Predict dilakukan untuk memeriksa daya prediksi model PLS dan dilakukan dengan membandingkan model PLS dengan model regresi linier sederhana untuk memeriksa apakah nilai RMSE dan MAE lebih rendah. Hasil menunjukkan prediksi yang baik, karena semua nilai RMSE dan MAE lebih rendah dibandingkan dengan model LM. Ini dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini, daya prediksi terbilang tinggi.



Catatan :
 β = Path Coefficient
 t = T-Statistics
*Sig = 0,05 **Sig = 0,01 ***Sig = 0,001

Gambar 1. *Output Model Struktural Berbasis PLS*

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
H₁	K → KJKP	0,246	0,000***	Didukung
H₂	DT → KJKP	0,078	0,025*	Didukung
H₃	J → KJKP	0,134	0,003**	Didukung
H₄	EM → KJKP	0,070	0,030*	Didukung
H₅	BF → KJKP	0,189	0,000***	Didukung
H₆	FB → KJKP	0,084	0,020*	Didukung

H ₇	H → KJKP	0,164	0,000***	Didukung
Signifikansi(α): * < 0,05; ** < 0,01; *** < 0,001				

Pembahasan

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelayanan konsultan pajak. Hal ini dapat terjadi karena indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keandalan. Wajib pajak UMKM merasa puas dengan jasa konsultan pajak yang digunakan karena terbukti memberikan pelayanan yang baik. Seperti yang dijanjikan di awal pertemuan, konsultan pajak mampu menangani masalah yang dihadapi dengan baik dan selalu menyimpan catatan atau arsip konsultasi yang sedang dilakukan klien. Sebagai konsultan pajak yang profesional, konsultan pajak harus dapat memastikan bahwa permasalahan pajak yang dihadapi klien dapat ditangani dengan baik secara konsisten, tepat waktu, dan akurat sehingga klien merasa puas dengan jasa yang digunakan dan menjadi klien tetap serta meningkatkan reputasi konsultan pajak yang digunakan. Keandalan pada akhirnya tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga loyalitas, referensi, dan reputasi konsultan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan membantu dalam memberikan layanan pajak yang berkualitas.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Solichin *et al.* (2019), Gosal dan Utami (2020), Twum dan Peprah (2020), Bungatang dan Reynel (2021), Lubis *et al.* (2021), Lukman *et al.* (2022), Setiono dan Hidayat (2022), Simanjuntak *et al.* (2022), Mustikasari *et al.* (2023) dan Suryantara dan Setyawan (2023) yang menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan tidak sejalan dengan penelitian Rohmawati dan Yanto (2022), Suyono *et al.* (2022) dan Akmal *et al.* (2023) yang menunjukkan keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus meningkatkan keandalan layanan dengan memberikan informasi yang akurat, tepat waktu, dan konsisten; membuat prosedur yang kuat; dan menjaga integritas dan profesionalisme. Konsultan yang kompeten akan membangun reputasi positif, menarik klien baru, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Wajib pajak UMKM harus memilih konsultan yang dapat diandalkan untuk membantu proses perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) harus mempromosikan keandalan konsultan melalui standar, pelatihan, dan sertifikasi, sehingga mendorong kepatuhan pajak dan meningkatkan penerimaan negara.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan, dimana dalam konteks jasa konsultasi pajak daya tanggap mengacu pada kemampuan konsultan untuk memberikan respons yang cepat dan efektif terhadap kebutuhan dan pertanyaan klien. Dalam penelitian ini terbukti bahwa klien yang memerlukan daya tanggap yang tinggi dari konsultan pajak cenderung lebih puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang menyatakan bahwa salah satu

dimensi dari kualitas pelayanan adalah daya tanggap (*responsiveness*). Berdasarkan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa konsultan pajak yang selama ini digunakan oleh wajib pajak UMKM dikatakan sigap, kompeten, selalu bersedia membantu setiap permasalahan pajak yang dihadapi dan hal ini mempengaruhi tingkat kepuasan yang dialami dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Solichin *et al.* (2019), Gosal dan Utami (2020), Twum dan Peprah (2020), Anthony dan John (2022), Setiono dan Hidayat (2022), Simanjuntak *et al.* (2022), Suryantara dan Setyawan (2023), Ma'ruf *et al.* (2023) dan Mustikasari *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Lubis *et al.* (2021), Rohmawati dan Yanto (2022) dan Suyono *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu, penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian Bungatang dan Reynel (2021) yang menunjukkan daya tanggap berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus meningkatkan kualitas layanan, terutama daya tanggap terhadap pertanyaan dan kebutuhan klien, karena hal ini secara signifikan berdampak pada kepuasan klien. Wajib pajak UMKM disarankan untuk memilih konsultan pajak yang memiliki komitmen tinggi terhadap daya tanggap untuk memastikan layanan yang lebih baik. Direktorat Jenderal Pajak dapat menggunakan temuan-temuan penelitian ini untuk memperkuat kolaborasi dengan konsultan pajak dan membina lingkungan yang mendukung untuk meningkatkan layanan wajib pajak.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsultan pajak. Hal ini dapat terjadi karena kepastian akan kemampuan dan pengetahuan yang mendalam atas subjek perpajakan yang kompleks yang dimiliki oleh konsultan pajak menjadi faktor penting dalam menanamkan kepercayaan kepada klien. Konsultan pajak terbukti dapat memberikan rasa aman dan kepastian bahwa wajib pajak dapat mengandalkan profesionalisme dan keterampilan konsultan pajak secara simultan yang juga menunjukkan bahwa wajib pajak UMKM merasa puas terhadap kemampuan dan keterampilan jasa konsultan pajak dengan berbagai permasalahan perpajakan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Solichin *et al.* (2019), Gosal dan Utami (2020), Twum dan Peprah (2020), Setiono dan Hidayat (2022), Simanjuntak *et al.* (2022), Suyono *et al.* (2022), Lukman *et al.* (2022), Noor *et al.* (2023) dan Suryantara dan Setyawan (2023) yang menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Lubis *et al.* (2021) dan Rohmawati dan Yanto (2022) yang menunjukkan jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu, penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian Bungatang dan Reynel (2021) yang menunjukkan jaminan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus meningkatkan kompetensi, kesopanan, dan pengetahuan terkini mereka tentang undang-undang perpajakan yang terus berkembang untuk meningkatkan kepuasan klien dengan layanan mereka. Bagi wajib pajak UMKM, kepastian dari konsultan pajak menanamkan kepercayaan diri dalam pengelolaan pajak, sehingga mereka dapat fokus pada kegiatan bisnis inti tanpa khawatir akan kepatuhan pajak. Jasa konsultan yang dapat diandalkan juga mengurangi risiko denda dari otoritas pajak, yang dapat merugikan bisnis secara finansial dan operasional. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, konsultan yang kompeten dan terjamin membantu memastikan kepatuhan klien terhadap peraturan perpajakan, membantu pengawasan dan pengendalian yang efektif oleh otoritas pajak.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsultan pajak. Berdasarkan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel empati dan jawaban responden terhadap indikator-indikator tersebut membuktikan bahwa konsultan pajak yang selama ini digunakan oleh wajib pajak UMKM telah memberikan perhatian lebih terhadap permasalahan yang dihadapi klien. Hal ini menunjukkan bahwa empati dalam konteks SERVQUAL memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelayanan konsultan pajak karena kemampuannya dalam memahami dan merasakan kebutuhan dan permasalahan klien, sehingga menimbulkan rasa kepercayaan klien terhadap konsultan pajak. Ketika konsultan pajak menunjukkan empati, maka klien atau wajib pajak UMKM merasa dihargai dan diperhatikan sehingga dapat mengurangi kecemasan yang dialami terkait masalah pajak yang dihadapi. Terlebih lagi jika konsultan pajak dapat memberikan solusi yang tepat dan relevan, maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap jasa konsultan pajak yang digunakan oleh wajib pajak UMKM.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Solichin *et al.* (2019), Twum dan Peprah (2020), Bungatang dan Reynel (2021), Anthony dan John (2022), Setiono dan Hidayat (2022), Simanjuntak *et al.* (2022), Mustikasari *et al.* (2023), Suryantara dan Setyawan (2023) dan Abdullah (2024) yang menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan tidak sejalan dengan penelitian Lubis *et al.* (2021), Rohmawati dan Yanto (2022) dan Suyono *et al* (2022) yang menunjukkan bahwa empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus mengadopsi pendekatan yang lebih berempati untuk lebih memahami kebutuhan dan kekhawatiran klien serta membina hubungan yang lebih kuat, kepuasan, dan loyalitas. Wajib pajak UMKM disarankan untuk mencari konsultan pajak yang menunjukkan empati untuk menyesuaikan manajemen pajak dengan kebutuhan bisnis mereka. Direktorat Jenderal Pajak harus meningkatkan kebijakan dan hubungan dengan wajib pajak dengan mengadopsi sikap empati terhadap isu-isu yang menghambat kepatuhan pajak, sehingga menciptakan lingkungan yang mendukung yang meningkatkan kepuasan dan kepatuhan.

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jasa konsultan pajak. Jika melihat empat indikator yang digunakan dalam mengukur variabel bukti fisik, wajib pajak UMKM sebagai klien yang menggunakan jasa konsultan pajak menunjukkan kepuasan terhadap konsultan pajak yang menerapkan metode dan perangkat terkini untuk meningkatkan efisiensi proses konsultasi. Fasilitas yang lengkap dan nyaman juga akan memberikan kepuasan tersendiri jika kedua belah pihak dapat bertemu langsung, informasi kontak yang jelas, kemudahan kontak atau akses jika ada konsultasi yang mendesak, dan tersedianya jasa konsultan pajak UMKM yang mudah dijangkau.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Solichin *et al.* (2019), Gosal dan Utami (2020), Twum dan Peprah (2020), Anthony dan John, 2022, Setiono dan Hidayat (2022), Simanjuntak *et al.* (2022), Lestari *et al.* (2023), Mustikasari *et al.* (2023), Suryantara dan Setyawan (2023) dan Sevia dan Muslim (2024) yang menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Lubis *et al.* (2021), Rohmawati dan Yanto (2022) dan Suyono *et al.* (2022) yang menunjukkan bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Juga, bertolak belakang dengan penelitian Bungatang dan Reynel (2021) yang menunjukkan bukti fisik berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus memperhatikan bahwa bukti fisik seperti fasilitas, peralatan terbaru, informasi kontak yang dapat diakses, dan dokumen pertemuan konsultasi sangat mempengaruhi kepuasan klien. Fokus pada aspek-aspek ini sangat penting untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan. Wajib Pajak UMKM disarankan untuk memilih konsultan pajak yang memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung proses konsultasi. Direktorat Jenderal Pajak dapat mempertimbangkan untuk menetapkan standar bukti fisik yang harus dimiliki oleh konsultan pajak.

Pengaruh Fleksibilitas terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Fleksibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan jasa konsultan pajak. Jika melihat indikator yang digunakan dalam penelitian ini, wajib pajak UMKM terbukti puas dengan penyampaian layanan yang fleksibel dari konsultan pajak. Berurusan dengan pasar yang kompetitif di mana banyak pesaing ada, membuat konsultan pajak perlu membedakan diri melalui keunggulan khusus tambahan yang dapat menguntungkan klien. Salah satu keunggulan tambahan utama adalah konsultasi *online*, di mana klien tidak perlu mengunjungi tempat konsultan, sehingga memberikan kenyamanan yang lebih baik dalam memanfaatkan layanan. Kemampuan konsultasi *online* ini menekankan fleksibilitas yang telah diadopsi oleh konsultan pajak di era teknologi saat ini, hal tersebut juga membantu klien untuk memiliki kemudahan akses ke bantuan tanpa repot mengunjungi kantor untuk hal yang sama dan dapat menghemat waktu dalam perjalanan dan biaya lainnya. Juga, dengan disediakannya opsi pembayaran fleksibel yang tersedia, membantu wajib pajak UMKM dapat lebih efektif mengatur anggaran. Hal ini didukung oleh penelitian

Gosal dan Utami (2020) yang menunjukkan bahwa fleksibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus memasukkan fleksibilitas ke dalam operasi mereka dengan memantau kemajuan teknologi yang meningkatkan interaksi dengan klien dan pemberian layanan, sehingga meningkatkan reputasi bisnis melalui kepuasan klien (kutipan). Wajib pajak UMKM harus memilih konsultan pajak yang mahir beradaptasi dengan kondisi yang berubah-ubah karena fleksibilitas ini membantu dalam mengelola urusan perpajakan tanpa batasan prosedur yang kaku atau batas waktu yang tidak tepat. Direktorat Jenderal Pajak harus mendorong konsultan pajak untuk menawarkan layanan yang lebih fleksibel, terutama di sektor UMKM yang beragam, karena peningkatan fleksibilitas dapat meningkatkan kepatuhan pajak di antara wajib pajak UMKM.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Jasa Konsultan Pajak

Berdasarkan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga, wajib pajak UMKM terbukti merasa puas harga yang dikeluarkan atas penggunaan jasa konsultan pajak. Hal ini tidak sejalan dengan pernyataan Eliezer (2023) bahwa konsultan pajak terbilang mahal di negara Indonesia, di mana wajib pajak UMKM menggunakan konsultan pajak karena harga yang terjangkau dan menerima pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan. Hal ini didukung oleh pernyataan Yunita dan Rakhman (2022) bahwa harga merupakan hal yang penting dalam penentuan kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu, konsultan pajak di Indonesia juga harus mempunyai strategi tersendiri untuk menarik para calon klien dengan memberikan penawaran harga yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kompleksitas permasalahan yang dihadapi oleh wajib pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian Yunita dan Rakhman (2022) dan Dhita *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Lestari *et al.* (2023) dan Akmal *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Konsultan pajak harus memastikan keseimbangan antara harga dan kualitas layanan yang diberikan kepada klien. Karena penetapan harga adalah masalah yang sensitif, maka diperlukan manajemen yang cermat untuk menghindari ketidakpuasan klien, yang dapat menghalangi penggunaan jasa mereka di masa mendatang. Wajib pajak UMKM harus memilih konsultan yang menawarkan jasa yang sepadan dengan biaya yang mereka bayarkan untuk mengoptimalkan pengeluaran. Disarankan untuk membandingkan beberapa konsultan pajak untuk mengidentifikasi kombinasi terbaik dari harga, kualitas layanan, dan pengalaman konsultan. Direktorat Jenderal Pajak dapat mendukung hal ini dengan menetapkan peraturan biaya untuk jasa konsultan pajak, dan menetapkan standar kualitas layanan yang selaras dengan struktur biaya tersebut.

KESIMPULAN

Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, fleksibilitas, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak UMKM dalam penggunaan layanan konsultan pajak. Penelitian ini berkontribusi untuk menambah konsep dan variabel bauran pemasaran seperti harga dan variabel lain seperti fleksibilitas yang kurang diperhatikan dalam penelitian tentang kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pemahaman dan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam hal kepuasan pelanggan dalam konteks perpajakan. Diharapkan juga dapat memberikan informasi kepada konsultan pajak Indonesia tentang kepuasan layanan mereka dari persepsi wajib pajak UMKM. Terbukti bahwa peran konsultan pajak tidak hanya dibutuhkan oleh wajib pajak orang pribadi dan badan usaha tetapi juga wajib pajak UMKM.

Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat jasa konsultasi perpajakan oleh konsultan pajak bagi wajib pajak UMKM, kemudian menjadi informasi yang berharga bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) karena konsultan pajak tentunya akan dibutuhkan oleh wajib pajak UMKM dalam membantu mereka menyelesaikan permasalahan perpajakan. DJP hendaknya mendukung upaya konsultan pajak dalam mendorong kepatuhan para pemilik UMKM dalam memahami perpajakan yang kompleks dan mematuhi kewajiban menjadi wajib pajak. Penelitian ini mempunyai keterbatasan, di mana penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan instrumen penelitian kuesioner tertutup dengan pernyataan yang sudah ditetapkan sejak awal oleh peneliti dan skala Likert dan Penelitian ini masih belum memisahkan responden yang merupakan wajib pajak orang pribadi UMKM dan wajib pajak badan UMKM.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metodologi kualitatif untuk memahami lebih dalam pemahaman, pengetahuan, perasaan, dan pengalaman responden dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Dalam penggunaan kuesioner, diharapkan mencakup pilihan bahwa responden merupakan wajib pajak orang pribadi UMKM atau wajib pajak badan UMKM, untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih mendalam atau pemilihan sampel hanya berfokus pada wajib pajak orang pribadi atau wajib pajak badan UMKM. Terakhir, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengeksplor variabel independen lainnya di luar variabel independen yang telah digunakan dalam penelitian ini seperti halnya *business image*, dan *service recovery*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agas, Y. (2023). Persepsi, Motivasi dan Pengetahuan perpajakan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Sebagai Konsultan Pajak. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i1.87>
- Akmal, E., Panjaitan, H. P., & Ginting, Y. M. (2023). Service Quality, Product Quality, Price, Promotion, and Location on Customer Satisfaction and Loyalty in CV. Restu. *Journal of Applied Business and Technology*, 4(1), 39–54.

<https://doi.org/10.35145/jabt.v4i1.118>

- Anastasya, A. (2023). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. UKMIndonesia.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Anthony, N., & John, N. (2022). Service Operations Quality Management and Tax Client Satisfaction in Financial Consulting Firms. *DiamondBridge Economics and Business Journal*, 2(3), 47–55.
- Bungatang, B., & Reynel, R. (2021). The Effect of Service Quality Elements on Customer Satisfaction. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 107–118. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.102>
- Catriana, E., & Sukmana, Y. (2019). *Menkop: Kontribusi Pajak UMKM Masih Sangat Rendah*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2021/09/16/191249026/menkop-kontribusi-pajak-umkm-masih-sangat-rendah#:~:text=Teten%20mangatakan%20berdasarkan%20data%20dari%20Direktorat%20Jenderal%20Pajak,%20di%20tahun%20yang%20sama%20sebesar%20Rp%20711%2C2%20triliun>
- Chandra, T., Wijaya, E., Suryadiningrat, A., Chandra, S., Chandra, J., Indonesia, P., Dumai, P., & Office, T. (2023). Corporate Taxpayer Satisfaction and Compliance Analysis at Pratama Dumai Tax Office: Review of the Service System. *International Conference on Business Management and Accounting (ICOBIMA)*, 1(2), 429–442. <https://doi.org/https://doi.org/10.35145/icobima.v1i2.3071>
- Dhita, S., Mukson, M., & Setiadi, A. (2022). Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi Espresso di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1), 175–188. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.17>
- Eliezer, K. (2023). *Dicari Banyak Konsultan*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/dicari-banyak-konsultan-pajak-kardo-eliezer/?originalSubdomain=id>
- Ghozali, I. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 1–290.
- Gosal, G. G., & Utami, C. W. (2020). The Effect of Service Quality Dimension on Taxpayers' Satisfaction (Study at Howard Tax Consultant). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 62. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.393>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning, EMEA.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti,

- T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)* (Hartini (ed.); 1 ed.). Media Sains Indonesia.
- Intan, N., & Zuraya, N. (2021). *DJP: Minim Sosialisasi, Penerimaan Pajak Sektor UMKM Rendah*. REPUBLIK. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rlsevl383/djp-minim-sosialisasi-penerimaan-pajak-sektor-umkm-rendah>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lestari, D. A., Suyono, Rusilawati, E., Kudri, W. M., & Renaldo, N. (2023). Marketing Mix on Customer Satisfaction at the Tax Consulting Office Dr. Sudarno, S.Pd., M.M., BKP and Colleagues Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 4(3), 198–213. [https://doi.org/https://doi.org/10.35145/jabt.v4i3.135](https://doi.org/10.35145/jabt.v4i3.135)
- Lily, S. (2021). *Mengapa UMKM membutuhkan Bantuan dari Konsultan Pajak?* Hadi & Partners (Tax & Managements Consultant). <https://www.hadi.co.id/resources/mengapa-umkm-membutuhkan-bantuan-dari-konsultan-pajak>
- Lubis, B. L. R. A., Ginting, R., Novalinda, C., & Girsang, E. (2021). Analysis of Factors Affecting the Quality of Service Toward Inpatient Patient Satisfaction BPJS DIRSU Bandung. *International Journal of Management and Humanities*, 5(5), 14–17.
- Lukman, T. A., Hafni, L., Panjaitan, H. P., Chandra, T., & Sahid, S. (2022). the Influence of Service Quality on Taxpayer Satisfaction and Taxpayer Compliance At Bapenda Riau Province. *Business Management and Accounting (ICOBIMA)*, 1(1), 40–59.
- Mangoting, Y., Foek, M. A. F., & Gomaz, R. (2024). Determining Factors that Affect Tax Professional's Ethics Intention. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 16(1), 71–84. <https://doi.org/10.15294/jda.v16i1.5685>
- Mochammad, R. I. B. (2023). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix dan Loyalitas)* (Lisnawati (ed.)). Penerbit Amerta Media.
- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik Dengan SmartPLS. In *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Mustikasari, M., Hanim, W., Mardiana, S., Haryadi, Y., Nurrahman, A., Kirana, L. C., & Shafwan, A. Z. (2023). Analisis Kepuasan Mustahik terhadap Pelayanan Badan Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(2), 14.
- Noor, I., Alhidayatullah, & Amal, M. K. (2023). Dimensions of Service Quality in Influencing Customer Satisfaction. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(2), 189–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.54099/aijms.v2i2.656>
- Nugraheni, A. P., Sunaningsih, S. N., & Khabibah, N. A. (2021). Peran Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 4(1), Editing. <https://doi.org/10.18196/jati.v4i1.9701>

- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL- A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 21–40.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Understanding Customer Expectations of Service. *Sloan Management Review*, 32(3), 39–49.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Wijonarko (ed.)). Lentara Ilmu Madani. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Rohmawati, R., & Yanto, Y. (2022). Analysis of Taxpayer Satisfaction Affected by Service Quality. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(2), 113–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/jra.v6i2.433>
- Satria. (2024). *Jasa Konsultan Pajak untuk UMKM Beserta Manfaatnya*. House of tax. <https://houseoftax.co.id/jasa-konsultan-pajak-untuk-umkm/>
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 06(09), 330–341. <https://doi.org/10.51505/IJEBMR.2022.6924>
- Sia, V. (2022). *Jasa Konsultan Pajak: Layanan, Tarif, dan Tips Memilihnya*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/jasa-konsultan-pajak-layanan-tarif-dan-tips-memilihnya/>
- Simanjuntak, S. N. M., Rismayani, & Gultom, P. (2022). Effect of Service Quality on Taxpayer Satisfaction at the Partama Tax Service Office, Medan Timur. *Cross-Border Journal of Business Management*, 2(1), 27–37.
- Solichin, M., Rasyidi, & Halimatusa'diah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 8(2), 38–47.
- Suryantara, I. G., & Setyawan, I. G. M. (2023). Mengukur Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Layanan Perpajakan Di Kantor Pelayanan Pajak Madya Denpasar. *INFO ARTHA*, 7(1), 51–57. <https://doi.org/10.31092/jia.v7i1.2162>
- Suyono, Firnando, F., Yuliendi, R. R., Sudarno, & Putri, N. Y. (2022). The Effect of Quality Service on Client Satisfaction and Loyalty in Tax and Management Consultant Office. *International Conference on Business Management and Accounting (ICOBIMA)*, 1(1), 213–228.
- Tjiptono & Chandra, F. (2020). Sevice, Quality dan Satisfaction. In *Chandra, G* (4th ed.). ANDI.
- Twum, F. O., & Peprah, W. K. (2020). The Impact of Service Quality on Students' Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social*

Sciences, 10(10), 169–181. https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v10-i10/7923

Yunita, & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Konsultan Pajak Lys. *GEMA EKONOMI*, 11(2), 758–776.