

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Customer service merupakan salah satu profesi yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Semua bisnis pelayanan barang dan jasa membutuhkan *customer service* yang handal. Sekilas terlihat bahwa profesi ini mudah untuk dilakukan, akan tetapi seorang *customer service* memerlukan keterampilan yang tidak dimiliki oleh profesi lain karena menyangkut kebutuhan pelayanan publik. *Customer service* saat ini banyak dibutuhkan oleh perusahaan dan lembaga pelayanan publik pemerintah. Pelayanan yang baik akan ditunjang juga dengan *customer service* yang mumpuni.

Dalam pelayanan publik pemerintah, seperti kantor pelayanan pajak, *customer service* sangat diperlukan karena berkaitan dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sebuah perusahaan atau pelayanan publik pemerintah tidak akan berjalan dengan baik bila tidak ditunjang dengan keberadaan *customer service* yang handal. Seorang *customer service* yang pandai dituntun untuk bersikap ramah kepada setiap pelanggan atau pengguna jasa layanannya, mempunyai komunikasi persuasif yang baik, mampu membuat nyaman pelanggan yang bertanya atau komplain tentang barang atau jasa yang ditawarkan dan bersikap supel terhadap pelanggan baru. Apapun yang dibutuhkan pelanggan, *customer service* harus siap sedia untuk memberikan pelayanan secara cepat, dengan tidak menunggukannya terlebih dahulu.

Customer service di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Bandung Cicadas idealnya memiliki kemampuan yang mumpuni dalam melayani wajib pajak. Akan tetapi, dalam keseharian saat peneliti melakukan *job training* (pra penelitian), tidak jarang hampir setiap hari ada saja wajib pajak yang menyampaikan keluhan mengenai pelayanan kurang memuaskan yang dilakukan oleh *customer service*.

Penilaian yang diberikan masyarakat tidak hanya mengenai perilaku buruk yang diberikan oleh *customer service*, mereka juga mempersepsikan bahwa *customer service* sama seperti “*front office*” yang hanya memberikan informasi ala kadarnya. Persepsi masyarakat tersebut memberikan pandangan bahwa profesi ini merupakan profesi yang rendah dan penilaian ini diperkirakan belum bisa dihapus dari benak sebagian masyarakat.

Pandangan masyarakat di atas bukan kesalahan pemikiran, melainkan sebuah pemikiran yang melihat *customer service* dari sudut pandang orang luar, pandangan ini tidak mengetahui secara utuh tentang kinerja *customer service* yang sebenarnya dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak. Perilaku *customer service* yang dinilai oleh masyarakat ini menjadi suatu perilaku sosial, perilaku yang memberikan makna dan penilaian yang berbeda disetiap tindakan *customer service*. Observasi pra penelitian ini menggambarkan bahwa berbagai macam penilaian yang diberikan masyarakat terhadap profesi ini tidak akan lepas dari perilaku *customer service* yang setiap harinya berinteraksi dengan wajib pajak.

Integritas lembaga salah satunya terdapat pada pelayanan yang baik. Pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* harus mumpuni dalam

profesinya yang didasari oleh konsep diri dari pribadinya. Konsep diri yang dipunyai oleh *customer service* akan berdampak pada pelayanannya terhadap wajib pajak. Bila konsep dirinya positif, pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak akan dilakukan secara maksimal. Tetapi bila *customer service* tersebut mempunyai konsep diri negatif, pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak tentu tidak memuaskan.

Tuntutan dalam kehidupan berbangsa dan bermasyarakat dalam era globalisasi tidak akan terhindarkan. Era ini ditandai dengan ketatnya persaingan di segala bidang kehidupan, baik kehidupan berbangsa maupun bermasyarakat. Oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan salah satu jawaban dalam menghadapi era globalisasi. Selama ini, masyarakat mengkonotasikan pelayanan yang diberikan oleh aparatur pemerintah kepada masyarakat cenderung kurang dan tidak berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengaduan yang diajukan kepada aparatur pemerintah yang memberikan layanan kepada masyarakat.

Salah satu keluhan yang sering terdengar dari masyarakat yang berhubungan dengan aparatur pemerintah adalah selain berbelit-belit akibat birokrasi yang kaku, perilaku oknum aparatur yang kadang kala kurang bersahabat, juga pemberian pelayanan yang bersifat diskriminasi.

Cara berkomunikasi adalah hal yang penting untuk dikuasai oleh seorang *customer service*. Dalam pelayanan pajak, hampir setiap hari keluhan-keluhan dari wajib pajak dihadapi *customer service*. Sebagai ujung tombak lembaga, *customer service* haruslah pintar dalam membaca keinginan wajib pajak serta dapat memberikan solusi yang baik bagi wajib pajak. Komunikasi yang dilakukan

kepada pelanggan wajib pajak adalah menggunakan komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat membujuk, merayu pelanggan agar dapat mengikuti atau tertarik dengan barang dan jasa yang ditawarkan. Dengan komunikasi persuasif, pelayanan yang dilakukan oleh seorang *customer service* akan memuaskan pelanggan wajib pajak.

Pelayanan publik pemerintah, seperti pembayaran pajak, pelayanannya patut ditingkatkan. Seperti dilansir dalam situs berita *online*, agar masyarakat tidak merasa kecewa karena sudah membayar pajak ada baiknya pemerintah dapat meningkatkan kualitas dari sarana *public service* alias pelayanan publik.

"Masyarakat kan sudah membayar pajak, jadi bukan tidak mungkin akan lebih kritis. Jadi pemerintah sudah seharusnya meningkatkan kualitas *public service*," ujar konsultan pajak Agus Susanto Lihin via telepon genggam, Selasa (31/3).

Ahli perpajakan dari Universitas Indonesia, Darussalam berpendapat,

Meningkatkan kepatuhan membayar pajak yang ditandai dengan penyerahan SPT akan mendorong masyarakat untuk menagih hak-hak yang dimilikinya sebagai WP. Untuk itu, pemerintah sudah sepatutnya segera membentuk ombudsman pajak. Terlebih, sambung dia, hal tersebut sebenarnya telah tertuang di dalam UU No 28/2009 tentang Ketentuan Umum dan Tatacara Perpajakan (KUP). Jadi lewat Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak, pemerintah sudah sepatutnya menyelesaikan pekerjaan rumahnya. "UU KUP menyebutkan, pemerintah harus membentuk Komite Pengawas Perpajakan yang sampai sejauh ini belum juga dibentuk oleh pemerintah," katanya. Dengan demikian, WP merasakan ada kebijakan perpajakan yang terasa memberatkan atau tidak adil maka WP tidak punya tempat mengadu. "Padahal sudah seharusnya hak-hak WP lebih diperhatikan," sambung Darussalam (Posted in www.kompas.com Rabu, 1 April 2009 | 07:32 WIB).

Namun, beberapa kalangan profesional menilai bahwa pelayanan pajak semakin membaik dari waktu ke waktu, hal ini tercermin dari hasil wawancara maupun korespondensi dengan kalangan profesional terkait pelayanan pajak. Para pihak menilai,

Administrasi perpajakan semakin mudah, pelayanan konsultasi perpajakan semakin baik, pemeriksaan lebih *fair*, serta banyak fasilitas perpajakan yang dapat mempermudah masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Bentuk pelayanan yang dianggap paling menonjol adalah tidak adanya pungutan apapun pada saat pelayanan pajak tersebut dilakukan, baik di kantor-kantor pelayanan pajak, kantor-kantor wilayah, maupun di kantor pusat Direktorat Jenderal Pajak (DJP) (Posted in www.pajak.go.id Selasa, 10 Januari 2012 - 11:16).

Kegiatan *customer service* sangat melibatkan kegiatan pelayanan yang sebaik-baiknya. Pelayanan merupakan kunci dalam kegiatan-kegiatan *customer service* terutama dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dalam kegiatan pelayanan, perhatian yang besar terhadap publik dan bertindak sesuai dengan kepentingan mereka, akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Sebaliknya, sikap dan tindakan seorang pemimpin atau petugas yang tidak memperhatikan kepentingan publik akan membawa kerugian bagi perusahaan. Sikap publik terhadap petugas biasanya dibentuk oleh pengalaman-pengalaman mereka. Misalnya, “Dengan memperhatikan sikap, tindak-tanduk, kebiasaan, cara-cara melayani dan sebagainya” (Abdurachman, 1990:38-39).

Setiap perusahaan lembaga yang berorientasi pelanggan menyadari bahwa menjaga loyalitas pelanggan dan kesudiannya bekerja sama tidak cukup dengan hanya menerapkan aturan-aturan baku perusahaan tapi perlu menerapkan strategi tertentu. Strategi burung hantu sangat cocok untuk diterapkan dalam

memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini seperti yang telah di ungkapkan Steve Macaulay, dalam buku: *How to Improve Your Customer Service*, yaitu:

Orang yang bergaya burung hantu cukup bijaksana dan mau menghadapi konflik secara terbuka terhadap pelanggan mengenai kenyataan yang ada karena ia memang memiliki jangka panjang terhadap perusahaannya. (*Steve Macaulay dan Sarah Cook, 1997:46*).

Dari pemaparan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Makna *Customer Service* Bagi Petugas Pelayanan Pajak Sebagai Profesi melalui studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif yang bersifat induktif. Fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subjek mengenai pengalaman terdalam para subjek. Fenomena ini yang mendasari keinginan peneliti untuk menggali peristiwa demi peristiwa yang dialami informan dan selanjutnya peneliti juga akan menelusuri pengalaman terdalam personal mereka dalam memaknai *customer service* sebagai profesi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana makna *customer service* bagi petugas pelayanan pajak sebagai profesi”

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana motif dan motivasi petugas pelayanan pajak KPP PRATAMA Bandung Cicadas dalam memilih *customer service* sebagai profesi ?
2. Bagaimana konsep diri yang dimiliki oleh petugas pelayanan KPP PRATAMA Bandung Cicadas ?
3. Bagaimana petugas pelayanan pajak KPP PRATAMA Bandung Cicadas dalam memaknai pelayanan publik ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dibuat peneliti, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah :

1. Mengetahui motif dan motivasi petugas pelayanan pajak KPP PRATAMA Bandung Cicadas dalam memilih *customer service* sebagai profesi.
2. Mengetahui konsep diri yang dimiliki oleh petugas pelayanan KPP PRATAMA Bandung Cicadas.
3. Mengetahui petugas pelayanan *customer service* KPP PRATAMA Bandung Cicadas dalam memaknai pelayanan publik.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoretis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan kontribusi yang positif dalam pemikiran mengenai pelayanan publik yang dilakukan oleh *customer service* di lembaga pelayanan jasa pemerintah serta makna *customer service* bagi petugas pelayanan pajak sebagai profesi. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan identitas bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kajian Ilmu Hubungan Masyarakat. Serta informasi bagi pihak lain yang ingin menggunakan sebagai bahan perbandingan, pelengkap atau kepustakaan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membuka peluang penelitian lebih lanjut yang relevan dengan pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* sebagai profesi di suatu institusi / lembaga.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Sebagai bahan kajian Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Bandung Cicadas berkaitan dengan pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* (petugas pelayanan pajak).
2. Bagi institusi atau lembaga lain agar dapat memanfaatkan profesi *customer service* dengan sebaik-baiknya (khususnya lembaga pemerintahan yang bergerak dalam pelayanan jasa publik) yang dapat membangun kualitas pelayanan sebagai nilai lembaga / institusi dengan sebaik-baiknya. Juga sebagai profesi yang tidak dipandang sebelah mata.

1.6. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini akan diawali dengan pemaparan hasil penelitian studi terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian yang peneliti anggap relevan sebagai bahan masukan, selain itu peneliti juga dapat mengklasifikasikan penelitian ini diantara penelitian-penelitian terdahulu sehingga akan dapat dilihat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya sehingga akan terlihat *orisinalitas* dari penelitian ini. Berikut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya :

No.	Nama Peneliti	Jenis Penelitian dan Tahun	Metode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dyah Rahmi Astuti	Tesis 2012	Fenomenologi, Kualitatif	Makna Terapis Bagi Perawat Sebagai Profesi Dan Pelaku Komunikasi Terapeutik. (Studi Fenomenologis di RSUD Sumedang)	Pemilihan profesi mereka dilatarbelakangi oleh pekerjaan orangtua, pendidikan tetangga (masyarakat sekitar), pengalaman pahit di masa lalu. Konsep diri yang dimiliki oleh perawat ini tergolong open area dan hidden area. Hasil penelitian menunjukkan tanda-tanda konsep diri positif dan negatif. Selanjutnya komunikasi terapeutik menurut pemahaman mereka yaitu komunikasi yang direncanakan, komunikasi untuk menjalin kepercayaan, komunikasi yang memberikan pemahaman pasien tentang hal yang harus dilakukan, komunikasi verbal dan non verbal demi kenyamanan pasien dan komunikasi yaitu komunikasi yang direncanakan, komunikasi untuk menjalin kepercayaan, komunikasi yang

					memberikan pemahaman pasien tentang hal yang harus dilakukan, komunikasi verbal dan non verbal demi kenyamanan pasien dan komunikasi terapeutik merupakan komunikasi dalam melakukan terapi untuk membantu kesembuhan pasien secara maksimal sesuai dengan tujuan terapeutik. Adapun makna komunikasi terapeutik menurut perawat RSUD Kabupaten Sumedang adalah sebagai pengobatan mental pasien melalui perilaku perawat yang akan membentuk pola komunikasi pasien dan perawat.
2.	Nita Herawati	Skripsi 2012	Kualitatif	Standar Pelayanan <i>Customer Service</i> Kepada <i>Customer</i> Pada PT. Ace Hardware Cabang Fatmawati	Dalam upaya untuk mencapai tingkat pelayanan prima (<i>service excellent</i>), bukanlah hal yang mudah. Untuk itu perlu adanya kesinambungan hubungan secara psikologi antara pihak yang melayani (perusahaan penyedia jasa) dan pihak yang dilayani (<i>customer</i>), kedua belah pihak sama-sama mengharapkan hasil pelayanan yang sama sesuai dengan yang diharapkan atau lebih tinggi lagi tingkatnya sampai melebihi apa yang diharapkan.
3.	Gabriella Nanin	Skripsi 2012	Kualitatif	Makna Profesi <i>Public Relations</i> Sebagai Profesi Perempuan Bagi Mahasiswa <i>Public Relations</i>	Pemahaman profesi <i>public relations</i> bagi perempuan sudah dianggap sebagai profesi yang layak dilakukan perempuan.

Gambar 1. Hasil Olahan Peneliti

Judul skripsi yang diangkat peneliti adalah Makna *Customer Service* Bagi Petugas Pelayanan Pajak Sebagai Profesi. Metode yang digunakan yaitu metode

kualitatif studi fenomenologi. Objek penelitian dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Bandung Cicadas.

1.7. Kerangka Pikir

1.7.1. Landasan Konseptual

Proses pemilihan *customer service* sebagai profesi dapat dikaji pada landasan konseptual sebagai berikut :

1. *Interpersonal Communication*, meliputi persepsi interpersonal, atraksi interpersonal, dan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal.
2. Konsep Diri, meliputi konsep diri *Johari Window*, faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri dan pengaruh konsep diri pada komunikasi interpersonal.
3. Motif dan motivasi, meliputi tiga kategori motif, yaitu motif sebab yang menunjukkan orientasi masa lalu, motif agar yang menunjukkan orientasi masa kini dan motif untuk yang menunjukkan orientasi masa akan datang.
4. Definisi profesi, meliputi ciri-ciri profesi, dan pengertian etika profesi beserta kode etik profesi dan fungsinya.
5. Definisi *customer service*, tugas dan fungsi, peran strategis dan inisi kegiatan pelayanan *customer service*.
6. Definisi Pelayanan Publik meliputi unsur-unsur pelayanan publik, asas-asas pelayanan publik dan prinsip pelayanan publik.

1.7.2. Landasan Teoretis

Dalam penelitian yang dilakukan penulis, landasan teoretis sebuah teori tidak menjadi landasan atau dasar pijak penelitian seperti halnya kerangka pemikiran pada penelitian kuantitatif. Teori hanya menjadi panduan karena dalam penelitian kualitatif teori tidak diuji, tetapi hanya menjadi pedoman dalam penelitian. Teori yang diambil penulis sebagai pedoman penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Teori Fenomenologi *Alfred Schutz*.

1.8. Langkah-langkah Penelitian

1.8.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak PRATAMA Bandung Cicadas Jl. Soekarno Hatta No. 781 Bandung, dengan alasan secara geografis letaknya cukup strategis, serta tidak menyulitkan dalam mengungkap permasalahan yang akan diteliti, serta tersedianya semua data yang diperlukan.

1.8.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Alasannya karena peneliti terjun langsung ke lapangan. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang mengarah ke pengembangan sebuah teori atau bahkan penciptaan sebuah teori dan menganalisis sebuah permasalahan dengan peneliti sebagai alat penelitiannya. Maksud peneliti sebagai alat penelitian yaitu peneliti

harus mampu mengungkap gejala sosial di lapangan dengan mengerahkan segenap fungsi inderawinya.

Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi. Fenomenologi digunakan dalam penelitian ini berdasarkan argumentasi fenomenologi yang berlandaskan pada pemahaman bahwa dunia realitas adalah ciptaan individu. Metode fenomenologi digunakan karena masalah yang akan diteliti merupakan kegiatan interaktif manusia dimana didalamnya pengalaman kesadaran individu khususnya informan yang menjadi subjek penelitian.

Tugas utama analisis fenomenologi adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagai persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi (Kuswarno, 2009:110).

Konsep intersubjektifitas *Schutz* menekankan bagaimana manusia belajar merekonstruksi dunia alamiah yang dimiliki bersama manusia lainnya. Realitas berada dalam kegiatan intersubjektif, sehingga ciptaan dari pikiran selalu berada dalam proses interaksi para aktor yang terlibat dalam kehidupan sehari-hari (*Rirzer*, 2001:107) .

Dalam konteks fenomenologis, *customer service* merupakan aktor yang melakukan tindakan sosial dalam menjalankan profesinya sebagai *customer service*. Para aktor tersebut memiliki masa lalu dalam menjiwai profesinya dan dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak yang dapat dilihat dari bentuk yang alami.

Sesuai dengan pemikiran *Schutz* bahwa dunia sosial harus dilihat secara historis oleh karena itu menurut *Schutz* tindakan sosial adalah tindakan yang

berorientasi pada masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang. Mengacu dari pemikiran *Schutz*, *customer service* sebagai profesi memiliki salah satu dari dua motif yaitu motif yang berorientasi pada masa depan atau motif yang berorientasi pada masa lalu dan motif ini tentunya akan menentukan penilaian terhadap dirinya sendiri dan citranya sebagai petugas pelayanan publik.

1.8.3. Jenis Data dan Sumber Data

1.8.3.1. Jenis Data

Data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Data tentang motif dan motivasi petugas pelayanan pajak KPP PRATAMA Bandung Cicadas dalam memilih *customer service* sebagai profesi.
2. Data tentang konsep diri yang dimiliki oleh petugas pelayanan KPP PRATAMA Bandung Cicadas.
3. Data tentang petugas pelayanan *customer service* KPP PRATAMA Bandung Cicadas dalam memaknai pelayanan publik.

1.8.3.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber data primer berupa data tentang motif dan motivasi, konsep diri, serta makna pelayanan publik yang didapat dari petugas pelayanan pajak (*customer service*).

2. Sumber data sekunder berupa hasil wawancara dengan informan lain yaitu dari Kepala Seksi Pelayanan KPP PRATAMA Bandung Cicadas dan wajib pajak KPP PRATAMA Bandung Cicadas.

1.8.4. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. (Ardianto, 2010:178) Peneliti mencari data dengan mewawancarai *key informan* yaitu Kepala Pelayanan KPP PRATAMA Bandung Cicadas, staf divisi pelayanan PBB dan NPWP serta *customer* wajib pajak. Wawancara ini dilakukan untuk mengambil data yang tidak dapat dilakukan melalui observasi.

2. Observasi Partisipan Aktif

Observasi yang akan dilakukan oleh penulis yaitu bentuk observasi partisipan aktif. Observasi partisipan dilakukan selama empat puluh hari yang selanjutnya diteruskan dengan wawancara. Observasi partisipan yaitu pengumpulan data melalui observasi terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama merasakan serta berada dalam sirkulasi kehidupan objek pengamatan (Ardianto, 2010:166). Observasi partisipan dilakukan dengan cara melibatkan diri atau menjadi bagian lingkungan sosial (organisasi/perusahaan) yang tengah diteliti sehingga bisa mendapatkan data yang relatif akurat dan lebih banyak (Ruslan, 2010:35).

Penulis nantinya akan secara langsung mengamati proses kegiatan pelaksanaan pelayanan TPT di KPP PRATAMA Bandung Cicadas sehingga peneliti bisa mengamati keadaan interaksi dan bisa ikut berpartisipasi ketika pelayanan terhadap *customer* wajib pajak dilaksanakan. Penulis akan mengamati keseluruhan objek ataupun peristiwa yang nantinya bentuk pelaporan observasinya bisa dituangkan dalam bentuk catatan lapangan dan buku harian yang dibuat dalam bentuk yang teratur, sistematis dan ditulis setiap hari tentang materi yang diambil selama pengamatan berlangsung.

3. Dokumentasi

Selain menggunakan media tertulis, penelitian dibantu dengan piranti alat elektronik yang dapat digunakan untuk merekam suara ataupun mendokumentasikan gambar sebagai pendukung hasil observasi yang dilakukan penulis.

1.8.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data, data yang diperoleh sebelumnya dikumpulkan baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Peneliti melakukan pendekatan analisis kualitatif. Menurut (Nasution 2003 dalam Ardianto, 2010: 212), analisis data dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Salah satu cara yang dapat dianjurkan ialah dengan mengikuti langkah-langkah berikut:

1. Mereduksi data

Data yang diperoleh dalam lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang perinci. Laporan ini akan terus bertambah. Bila tidak segera dianalisis sejak awal, akan menambah kesulitan. Laporan-laporan itu perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya. Jadi laporan lapangan sebagai bahan “mentah” disingkat, direduksi, disusun lebih sistematis sehingga lebih mudah dikendalikan. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data bila diperlukan.

2. Men-*display* data.

Agar dapat melihat gambaran keseluruhannya atau bagian tertentu dari penelitian itu, harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, grafik, *networks* dan *charts*. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpukan detail.

3. Mengambil kesimpulan dan verifikasi.

Sejak awalnya peneliti berusaha mencari makna dari data yang dikumpulkannya. Untuk itu ia mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya. Jadi, dari data yang diperolehnya sejak awal ia mencoba mengambil kesimpulan. Kesimpulan itu mula-mula masih tentatif, kabur, diragukan. Akan tetapi, dengan bertambahnya data, kesimpulan itu lebih *grounded*. Selama penelitian berlangsung, kesimpulan senantiasa harus diverifikasi. Verifikasi dapat disingkat dengan mencari data baru, dapat pula lebih

mendalam bila penelitian dilakukan oleh satu tim untuk mencapai *interobjective consensus*, yakni persetujuan bersama agar lebih menjamin validitas atau *confirmability*.

4. Menganalisis

Menganalisis data sewaktu pengupulan data antara lain akan menghasilkan lembar rangkuman dan pembuatan kode pada tingkat rendah, menengah (kode pola) dan tingkat tinggi (memo).

5. Membuat lembar rangkuman

Untuk memperoleh inti data, peneliti dapat bertanya, siapa, peristiwa atau situasi apa, tema atau masalah apa yang dihadapinya dalam lapangan, hipotesis apa, tema atau masalah apa yang dihadapinya dalam lapangan, hipotesis apa yang timbul dalam pikirannya. Pada kunjungan berikutnya, informasi apa yang harus ditemukannya dan hal apa yang harus diberinya perhatian khusus.

6. Menggunakan matriks dan analisis data.

Matriks dapat memberi bantuan yang sangat berguna dalam mengolah dan menganalisis data yang banyak, yang terdiri dari membentuk matriks, memasukkan data ke dalam matriks, menganalisis data matriks (Nasution, 2003 dalam Ardianto, 2010: 217). Adapun langkah-langkah yang lebih rinci akan dilakukan peneliti diantaranya:

- 1) Mengumpulkan data hasil penelitian.
- 2) Mengklasifikasikan data primer dan data sekunder.
- 3) Langkah selanjutnya, data tersebut dianalisis secara kualitatif dan ditafsirkan.

- 4) Mengecek atau *cross check* kembali semua data-data yang telah di dapatkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Ditakutkan ada data yang masih kurang. Sehingga mendapatkan data yang lebih akurat dan obejktif.
- 5) Mengambil suatu kesimpulan dengan melakukan interpretasi sesuai dengan maksud yang terkandung dalam penelitian tersebut.

1.8.6. Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini adalah *customer service* KPP PRATAMA Bandung Cicadas. Penentuan informan ini dilakukan secara *purposive sampling* yang berdasarkan pada syarat dibawah ini :

1. Informan memiliki pengalaman kerja minimal 3 tahun dibidangnya.
2. Mengetahui seluk beluk dunia *customer service*.
3. Informan merupakan karyawan tetap di instansi yang bersangkutan.