

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PROPOSISI

2.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini memuat teori pustaka yang melandasi penelitian yang bertujuan untuk mendukung pemecahan masalah sebagai dasar analisis yang akan digunakan pada bab-bab selanjutnya yang berhubungan dengan topik penelitian ini. Menurut Sugiyono (2013:79) kajian pustaka dari suatu penelitian sering juga disebut sebagai studi literatur atau tinjauan pustaka. Melalui kerangka teori akan diperoleh kesimpulan-kesimpulan atau pendapat-pendapat para ahli, yang akan sangat berguna sebagai dasar penelitian. Kajian pustaka ini diperlukan agar penelitian yang dilakukan mempunyai dasar yang kokoh. Adanya kajian pustaka ini mencirikan bahwa penelitian itu merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data. Maka intinya kajian pustaka berisikan landasan dalam menjawab rumusan masalah.

2.1.1. Kajian Penelitian Terdahulu/Relevan

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang telah ada. Selain itu menjadi acuan peneliti untuk penelitian yang dilaksanakan serta bermanfaat dalam memperoleh jawaban-jawaban atas penelitian yang telah dilakukan. Maka peneliti melampirkan beberapa hasil penelitian terdahulu:

Tabel 2.1
Kajian Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Peneliti | Teori Yang Digunakan | Persamaan Dan Perbedaan | | |
|----|---------------------------------------|--|--|--|---|--|
| | | | | Pendekatan | Metode | Teknik Analisis Data |
| 1 | Yulmaidah | Penerapan Inovasi E-Pendapatan Pada Pajak PBB-P2 Di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Kuantan Singingi | Menurut Sherwood dalam Ancok (2012: 48) menyusun proses inovasi dalam tiga tahapan, yaitu: 1. Memproduksi Gagasan 2. Implementasi Gagasan 3. Mengevaluasi Gagasan | Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif | Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif | Pengumpulan data dengan cara melakukan; studi kepustakaan, wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi (triangulasi). |
| 2 | Naada Rizki Syahdilla Dan Zulkarnaini | Inovasi Pelayanan Pajak Melalui <i>Smart Tax</i> Di Bapenda Kota Pekanbaru | Rogers dalam Suwarno (2008:17) : inovasi mempunyai karakteristik sebagai berikut: | Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. | Metode deskriptif kualitatif | Pengumpulan data dengan cara melakukan; wawancara mendalam, |

| | | | | | | |
|---|----------------------------------|---|--|---|------------------------------|--|
| | | | <p>1. <i>Relative Advantage</i> (Keuntungan Relatif)</p> <p>2. <i>Compability</i> (Kesesuaian)</p> <p>3. <i>Complexity</i> (Kerumitan)</p> <p>4. <i>Triability</i> (Kemungkinan Dicoba)</p> <p>5. <i>Observability</i> (Kemudahan Diamati)</p> | | | observasi lapangan. |
| 3 | Rien Hardani Alfian dan Syahrani | Inovasi Pelayanan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) Melalui <i>Channel</i> Pembayaran Pajak Elektronik (CANTIK) Pada Badan | Penelitian ini mengacu pada indikator inovasi yang dikemukakan oleh Everret M. Roggers yang terdiri dari lima indikator yakni <i>Relative Advantage</i> (Keunggulan Relatif), | Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif | Metode deskriptif kualitatif | Peneliti menggunakan metode penelitian berikut sesuai dengan pemahaman dan deskripsi teknik pengumpulan data, diantaranya; Telaah Pustaka, |

| | | | | | | |
|--|--|--------------------------------------|--|--|--|-----------------------------------|
| | | Pendapatan Daerah Kabupaten Tabalong | <i>Contability</i> (Keserasian), <i>Complexity</i> (Kerumitan), dan <i>Triability</i> (Kemungkinan Ujicoba), dan <i>Observability</i> (Kemudahan diamati). | | | Observasi, Wawancara, Dokumentasi |
|--|--|--------------------------------------|--|--|--|-----------------------------------|

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa penelitian Yulmaidah yang berjudul Penerapan Inovasi E-Pendapatan Pada Pajak PBB-P2 Di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Kuantan Singingi. dengan menggunakan teori Everett M. Rogers mendefinisikan Inovasi Kebijakan Publik:

“Menurut Sherwood dalam Ancok (2012: 48) menyusun proses inovasi dalam tiga tahapan, yaitu: 1. Memproduksi Gagasan Dalam setiap menciptakan suatu kebijakan dari sebuah kegiatan, langkah awal agar proses selanjutnya menjadi teratur dan terarah adalah membuat perencanaan. Perencanaan berisi ide-ide dan informasi lengkap sebagai pendukung proses kegiatan. 2. Implementasi Gagasan Implementasi gagasan inovatif dapat dilihat dari penerapan layanan pelanggan menggunakan Aplikasi. Dimana aplikasi ini menjadi faktor pendukung dalam layanan masyarakat 3. Mengevaluasi Gagasan Dalam mengevaluasi, ditarik penilaian dengan cara membandingkan antara pelaksanaan dulu dan pelaksanaan sekarang, bagaimana membuat suatu suatu program menjadi lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaannya.”

Dengan pendekatan dekriptif juga metode kualitatif dan Pengumpulan data dengan cara melakukan, studi kepustakaan, wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi.

Maka dari itu persamaan antara peneliti dengan penelitian yang diatas dimana menggunakan lokus dinas yang sama namun berbeda wilayah dengan pembahasan mengenai inovasi pajak melalui aplikasi serta konsep yang sama yaitu Inovasi. Perbedaannya berada pada focus penelitian yaitu peneliti berfokus terhadap pelayanan pajak BPHTB melalui aplikasi SiBedas Tangguh sedangkan penelitian ini berfokus pada PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) serta penggunaan teori yang berbeda peneliti menggunakan teori inovasi dari Everret M. Rogers sedangkan penelitian ini menggunakan teori Sherwood dalam Ancok (2012: 48). Persamaan lainnya yang dimana ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui pengumpulan data studi kepustakaan, wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi.

Pada penelitian dari Naada Rizki Syahdilla dan Zulkarnaini yang berjudul Inovasi Pelayanan Pajak Melalui *Smart Tax* Di Bapenda Kota Pekanbaru, dengan menggunakan teori Inovasi dari Rogers dalam Suwarno (2008:17):

“Inovasi mempunyai karakteristik sebagai berikut: 1. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif) Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. 2. *Compability* (Kesesuaian) Inovasi juga mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. 3. *Complexity* (Kerumitan) Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan pada umumnya tidak menjadi masalah penting. 4. *Triability* (Kemungkinan Dicoba) Inovasi hanya bisa

diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai lebih dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase uji coba publik, dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi. 5. *Observability* (Kemudahan Diamati) Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana ia bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik.”

Melalui metode kualitatif dengan deskriptif dan teknis analisis data Pengumpulan data dengan cara melakukan, studi kepustakaan, wawancara mendalam, dan observasi lapangan.

Maka dari itu persamaan antara peneliti dengan penelitian diatas dimana konsep, teori, serta variabel yang sama mengenai inovasi dari Everret M. Roggers, namun terdapat perbedaan dalam fokus penelitian yang berfokus pada pajak PBB sedangkan peneliti pada BPHTB serta perbedaan wilayah lokus penelitian peneliti di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung sedangkan penelitian ini di Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru.

Penelitian oleh Alfian dan Syahrani yang berjudul Inovasi Pelayanan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) Melalui *Channel* Pembayaran Pajak Elektronik (CANTIK) Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tabalong dengan menggunakan konsep teori dan variabel yang sama yaitu inovasi dari Everret M. Roggers dan juga pendekatan ini yaitu menggunakan deskriptif dengan metode kualitatif. Teknik analisis ini yang mana melakukan telaah pustaka, observasi, wawancara, dokumentasi perbedaan dengan peneliti dimana fokus penelitian yang berbeda di bidang pajak yang berbeda, penulis berfokus pada bidang pajak BPHTB sedangkan penelitian ini berfokus pada bidang PBB serta wilayah penelitian yang berbeda.

2.1.2. Konsep dan Teori

2.1.2.1 Konsep dan Teori Inovasi

Pengertian inovasi menurut Luecke (2003:2), inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematangkan suatu pengetahuan/gagasan ide, yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai baru suatu produk, proses, atau jasa.

Sedangkan pengertian inovasi menurut Zimmerer dalam Suryana (2014:11), diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply creativity solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich peoples live*).

Berbeda dengan pengertian inovasi menurut Rogers (1983) merupakan suatu ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengadopsi. Suatu ide dilihat secara objektif sebagai sesuatu yang baru diukur dengan waktu ide itu digunakan atau ditemukan. Sesuatu ide dianggap baru ditentukan oleh reaksi seseorang, jika suatu dilihat sebagai sesuatu yang baru oleh seseorang maka disebut inovasi.

Maka dapat dipahami dari pengertian inovasi adalah proses perpaduan ide dengan menerapkan kreativitas dalam bentuk barang atau jasa untuk memecahkan persoalan atau peluang dalam meningkatkan kualitas organisasi.

Pelaksanaan inovasi terdapat lima hal yang melekat pada inovasi yakni pengetahuan baru, cara baru, objek baru, teknologi baru dan penemuan baru. Inovasi merupakan sebuah produk dari pemikiran baru yang diharapkan mampu membuat perubahan paradigma dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Jika dilihat dalam perspektif yang lebih luas maka inovasi dilihat sebagai sebuah cara yang dirancang untuk menyelesaikan persoalan dalam masyarakat dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Inovasi identik dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang mana lahir dari ide dan pemikiran secara ilmiah. Dalam proses penciptaannya pun telah melalui banyak proses sampai dengan inovasi tersebut terlaksana. Pada dasarnya inovasi merupakan sebuah ide atau gagasan memiliki ciri khas untuk melihatnya antara lain:

1. Khas

Ciri merupakan sebuah hal yang mudah diingat dalam sebuah inovasi yang mana ciri khas ini tidak ditemukan dari ide/gagasan sebelumnya, jika sebuah inovasi tidak memiliki sebuah ciri khas yang berbeda dari sebelumnya maka tidak dapat digolongkan sebagai sebuah inovasi baru.

2. Baru

Tentunya sebuah inovasi haruslah baru atau belum pernah ada sebelumnya dan juga belum pernah dipublikasikan dan diterapkan sebelumnya.

3. Terencana

Inovasi dicetuskan sebagai sesuatu yang terencana untuk mengembangkan suatu produk-produk atau objek tertentu.

4. Memiliki tujuan

Aspek ini merupakan hal yang harus ada dalam sebuah inovasi dikarenakan sebuah inovasi harus memiliki tujuan yang jelas, fungsi dan manfaatnya ada dan teruntuk individu ataupun masyarakat luas.

Mulgan & Albury (2003) menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil merupakan hasil kreasi dan implementasi dari proses, produk, layanan dan suatu metode pelayanan baru yang merupakan hasil pengembangan nyata dalam hal efisiensi. Apa yang telah ditunjukkan Mughan & Albury tersebut telah membuktikan bahwa inovasi telah berkembang jauh dari pemahaman awal yang hanya mencakup inovasi dalam hal produk dari proses semata. Tripologi inovasi menurut Muluk, M.R.Khairul (2008:45) :

"Inovasi merupakan sebuah konsep yang sangat dibutuhkan oleh setiap instansi pemerintahan sebagai perubahan akan tuntutan zaman. Sebuah penciptaan inovasi haruslah didasari oleh acuan-acuan yang penting seperti proses politik, kualitas yang dihasilkan dan lain-lain. Oleh karenanya proses penciptaan inovasi sangat kompleks dan harus melihat situasi dan kondisi sehingga kebermanfaatannya bisa dirasakan oleh masyarakat. Sebuah inovasi dalam penerapannya dikatakan sukses apabila inovasi tersebut menampilkan kreasi dan pembaharuan yang terletak pada prosesnya, produk yang dihasilkan, sistem pelayanannya, dan metode pelayanan baru yang diberikan dalam upaya untuk mewujudkan efektifitas dan efisiensi"

Tripologi inovasi menurut Muluk dan Ahmad (2018:85) disektor publik juga dapat meliputi:

1. Inovasi produk layanan berasal dari perubahan bentuk dan desain produk atau layanan
2. Inovasi proses layanan yaitu inovasi yang berasal dari Gerakan pembaruan kualitas yang berkelanjutan dan mengacu pada kombinasi perubahan organisasi, prosedur, kebijakan yang dibutuhkan untuk berinovasi
3. Inovasi metode pelayanan berkaitan dengan adanya pembaharuan dalam pola hubungan yang akan dilaksanakan oleh pemberi dan penerima layanan, Inovasi dalam metode pelayanan biasanya dikaitkan dengan pembaharuan pelayanan menggunakan penerapan teknologi untuk efektifitas dan efisiensi pelayanan.
4. Inovasi strategi atau kebijakan merujuk kepada pembaruan pada aspek visi, misi, tujuan dan strategi baru serta strategi baru untuk mengantisipasi permasalahan yang akan muncul sehingga memerlukan kebijakan baru.
5. Inovasi Sistem Berkaitan dengan perubahan jaringan konektivitas dan relasi penyedia layanan dengan pihak lain dalam mendukung perubahan dan pengelolaan dan kemajuan organisasi.

Sedangkan jenis inovasi di sektor publik dapat dilihat dari pendapat Halvorsen (Yogi Suwarno, 2011:42), yang membagi tipologi inovasi di sektor publik seperti berikut ini:

1. *A new or improved service* (pelayanan baru atau pelayanan yang diperbaiki), misalnya pelayanan kesehatan di rumah sakit.

2. *Process innovation* (inovasi proses), misalnya perubahan dalam proses penyediaan pelayanan atau produk.
3. *Administrative innovation* (inovasi bersifat administratif), misalnya penggunaan instrumen kebijakan baru sebagai hasil dari perubahan kebijakan
4. *System innovation* (sistem inovasi) adalah sistem baru atau 37 perubahan mendasar dari sistem yang ada dengan mendirikan organisasi baru atau bentuk baru kerja sama dan interaksi.
5. *Conceptual innovation* (inovasi konseptual) adalah perubahan dalam *outlook*, seperti misalnya manajemen air terpadu atau *mobility leasing*.
6. *Radical change of rationality* (perubahan radikal) adalah pergeseran pandangan umum atau mental matriks dari pegawai instansi pemerintah

Buku *Diffusion of Innovations*, Rogers menyampaikan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan inovasi yakni *Relative Advantage*, *Compatibility*, *Complexity*, *Triability* dan *Observability*.

Faktor pertama yang dipaparkan oleh Rogers adalah *Relative Advantage*,

Rogers menyatakan bahwa:

"Relative advantage is the degree to which an innovation is perceived as being better than the idea it supersedes. The degree of relative advantage is often expressed in economic profitability, ni status gvinig, or in other ways. The nature of the innovation largely determines what specific type of relative advantage (such as economic, sosial, and the like) is important to adopters, although the characteristics of the potential adopters also affect which dimensions of relative advantage are most important (as ew shall show in this section)." ("Keunggulan relatif adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik daripada ide yang digantikannya. Tingkat keuntungan relatif sering dinyatakan dalam profitabilitas ekonomi, dalam pemberian status, atau dengan cara lain. Sifat inovasi sangat menentukan jenis tertentu dari keuntungan relatif (seperti ekonomi, sosial, dan sejenisnya) yang penting bagi pengadopsi, meskipun karakteristik pengadopsi potensial juga mempengaruhi dimensi keuntungan relatif mana yang paling penting (seperti yang akan kita bahas nanti).")

Penjelasan Rogers tentang faktor *Relative Advantage* berkaitan bagaimana sebuah inovasi dapat memberikan keuntungan bagi penerima inovasi tersebut. Keuntungan dari pada inovasi tersebut dapat dilihat pada nilai ekonominya, sosialnya, kesenangan, kepuasan atau terlihat pada aspek-aspek yang lain. Ketika sebuah inovasi mampu untuk menguntungkan bagi pengguna atau penerima layanan inovasi maka inovasi tersebut bisa cepat tersebar.

Faktor kedua yang mempengaruhi keberhasilan inovasi adalah *compatibility*, Pada tahap ini Rogers menyatakan bahwa:

"Compatibility is the degree to which an innovation is perceived as consistent with the existing values, past experiences, and needs of potential adopters. An idea that is more compatible is less uncertain to the potential adopter. An innovation can be compatible or incompatible (1) with sociocultural values and beliefs, (2) with previously introduced ideas, or (3) with client needs for innovations." ("Kompatibilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi potensial. Sebuah ide yang lebih kompatibel kurang pasti bagi pengadopsi potensial. Suatu inovasi dapat kompatibel atau tidak sesuai (1) dengan nilai dan keyakinan budaya sosial, (2) dengan ide-ide yang diperkenalkan sebelumnya, atau (3) dengan kebutuhan klien akan inovasi.")

Pemaparan Rogers tentang *compatibility* dalam mempengaruhi keberhasilan inovasi yakni terkait bagaimana inovasi yang ada sesuai dengan nilai yang berlaku di masyarakat. Jikalau inovasi melenceng dari kebutuhan masyarakat, maka tentu tidak mendapat respon yang baik dari masyarakat yang membuat penerimaan inovasi terhambat.

Faktor Ketiga yang mempengaruhi keberhasilan inovasi yaitu *complexity*,

Rogers memaparkan bahwa:

"Complexity is the degree to which an innovation is perceived as relatively difficult to understand and use." ("Kompleksitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dipahami dan digunakan.")

Penjelasan Rogers tersebut terkait dengan tingkat kesulitan yang dialami oleh penerima inovasi dalam memahami ataupun menggunakan inovasi sesuai aturan. Inovasi akan cepat tersebar dan diadopsi jika inovasi tersebut tidak rumit dan mudah dipahami.

Faktor Keempat yang mempengaruhi keberhasilan inovasi adalah *trialability*

Rogers memaparkan bahwa:

"Triability is the degree to which an innovation may be experimented with on a limited basis. New ideas that can be tried on the installment plan will generally be adopted more rapidly than innovations that are not divisible. An innovation that is trialable is less uncertain for the adopter." ("Triability adalah sejauh mana inovasi dapat dicoba dengan dasar yang terbatas. Ide-ide baru yang dapat dicoba pada rencana angsuran umumnya akan diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang tidak dapat dibagi. Sebuah inovasi yang dapat diuji coba kurang pasti bagi pengadopsinya.")

Ditahap ini inovasi akan diuji coba oleh penerima, dengan melakukan ujicoba maka kekurangan dapat diatasi dengan cepat.

Faktor Kelima yaitu *observability*, Rogers mengatakan bahwa:

"Observability is the degree to which the results of an innovation are visible to others. The results of some ideas are easily observed and communicated to others, whereas some innovations are difficult to describe to others." ("Observabilitas adalah sejauh mana hasil inovasi terlihat oleh orang lain. Hasil dari beberapa ide mudah diamati dan dikomunikasikan kepada orang lain, sedangkan beberapa inovasi sulit untuk dijelaskan kepada orang lain.")

Tahapan ini merupakan tahap evaluasi terhadap proses inovasi yang telah berjalan. Berkaitan dengan pola pikir masyarakat yang berkembang sesuai perkembangan zaman yang pesat membuat masyarakat cenderung lebih terbuka dengan sebuah perubahan yang terjadi, sehingga mempermudah masuknya ide-ide baru dalam sistem sosial yang berkembang.

Tahapan ini merupakan tahapan yang dilakukan seseorang untuk mengambil keputusan, sebuah keputusan inovasi yang diambil dapat dilakukan dengan jangka waktu tertentu, sehingga individu maupun organisasi lain memiliki waktu untuk meniadakan bahan pertimbangan untuk memutuskan sebuah inovasi tersebut. Berikut adalah model tahapan keputusan inovasi menurut Rogers:

1. Tahap Pengetahuan (*Knowledge*)

Dalam tahap ini dimulai dari adanya pengetahuan yang dimiliki bagi pengambil keputusan inovasi. Jika memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi maka inovasi yang diputuskan sudah dilihat sejauh mana fungsinya.

2. Tahap Bujukan (*Persuasion*)

Ditahap ini seseorang membentuk sikap untuk menyukai atau tidak menyukai terhadap inovasi, tahap ini sangat penting karena harus memiliki kemampuan untuk memproyeksikan penerapan inovasi dimasa mendatang.

3. Tahap Keputusan (*Decision*)

Tahap ini mengarah kepada diterima atau tidaknya sebuah inovasi menerima inovasi berarti akan menerapkannya, namun jika inovasi ditolak maka tidak diterapkan. Dalam kenyataannya pada setiap tahap dalam proses keputusan inovasi dapat terjadi penolakan inovasi.

4. Tahap Implementasi (*Implementation*)

Tahap ini terjadi apabila suatu inovasi telah diterapkan, dalam tahap ini berlangsung keaktifan antara individu, tahap implementasi dapat berlangsung hingga waktu yang tidak ditentukan, yang menjadi tanda tahap implementasi sudah berakhir dilihat dari penerapan itu sudah melembaga atau sudah menjadi rutinitas yang sudah biasa dilakukan.

5. Tahap Konfirmasi (*Confirmation*)

Ditahap ini seseorang atau organisasi mencari informasi untuk menguatkan keputusan yang telah diambil, jika mendapatkan informasi yang berbeda dari sebelumnya maka dapat menarik keputusan yang telah ia tetapkan sebelumnya. Dalam tahap konfirmasi sering kali terjadi adanya perubahan perilaku seseorang antara lain karena ketidakseimbangan internal lembaga, orang itu merasa bahwa ada sesuatu yang tidak sesuai atau selaras.

2.1.2.2 Konsep dan Teori Pelayanan

Pelayanan adalah setiap aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pihak lain. Pelayanan terhadap pelanggan sangat

penting dilakukan perusahaan karena tanpa pelayanan yang bagus maka pelanggan tidak akan mau membeli produk yang akan diperjualbelikan.

Pengertian pelayanan menurut Kotler (Laksana, 2018:85), pelayanan adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Sedangkan menurut Tjiptono (Sunyoto, 2012:236), pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Berbeda dengan pengertian pelayanan menurut (Moenir, 2010:26), Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Maka berdasarkan pengertian pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh masyarakat.

2.1.2.3 Konsep dan Teori *E-Government*

Pengertian *E-Government* menurut Bank Dunia (Samodra Wibawa 2009:113), *E-Government* adalah penggunaan teknologi informasi oleh instansi pemerintah seperti *wide areaNetworks* (WAN) internet, *mobile computing*, yang

dapat digunakan untuk membangun hubungan dengan masyarakat, dunia usaha dan instansi pemerintah lainnya.

Sedangkan menurut *The World Bank Group* (Falih Suaedi, Bintoro Wardianto 2010:54), *E-Government* ialah sebagai upaya pemamfaatan informasi dan teknologi komunikasi untuk meningkatkan efesiensi dan efektivitas, transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam memberikan pelayanan publik secara lebih baik.

Kemudian menurut Depkomenfo (Samodra Wibawa 2009:114), mendefinisikan *E-Goverment* adalah pelayanan publik yang diselenggarakan melalui situs pemerintah dimana domain yang digunakan juga menunjukkan domain pemerintah Indonesia yakni (go.id)

Berbeda dengan menurut Clay G. Weslatt (15 Agustus 2007) dalam *website*, *E-Government* adalah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempromosikan pemerintah yang lebih efisien dan penekanan biaya yang efektif, kemudian pasilitas layanan terhadap masyarakat umum dan membuat pemerintah lebih bertanggung jawab kepada masyarakat.

Sedangkan dalam buku *E-Goverment In Action* (2005:5) menguraikan *E-Government* adalah suatu usaha menciptakan suasana penyelenggaraan pemerintah yang sesuai dengan objektif bersama (*Shared goals*) dari sejumlah komunitas yang berkepentingan, oleh karena itu visi yang dicanangkan juga harus mencerminkan visi bersama dari pada stakholder yang ada misalnya:

- a. Memperbaiki produktifitas dan kinerja operasional pemerintah dalam melayani masyarakatnya;
- b. Mempromosikan pemerintah yang bersih dan transparans;
- c. Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat meluli kinerja pelayanan publik;
- d. Menjamin terciptanya penyelengaaan negara yang demokratis;

Karena visi tersebut berasal “Dari, Oleh dan Untuk” masyarakat atau komunitas dimana *E-Goverment* tersebut diimplementasikan, maka masanya akan sangat bergantung pada stuasi dan kondisi masyarakat setempat. Sebagaimana dikemukakan diatas bahwa *E-Goverment* adalah upaya untuk penyelenggaraan pamerintah yang berbasis elektronik dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publik secara efektif dan efesien.

Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa *E-Goverment* merupakan proses pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat untuk membant menjalankan sistem pemerintah secara efesien.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah rancangan atau rencana yang telah dibuat diprakarsai oleh para peneliti dalam desain proses penelitian. Bingkai merupakan penjelasan sementara dari gejala yang menjadi objeknya masalah. Kerangka ini telah disusun berdasarkan tinjauan literatur hasil pencarian yang relevan atau menarik. Kriteria utama kerangka kerja pikiran persuasif adalah garis pemikiran yang sangat logis menyusun suatu pemikiran yang menghasilkan suatu kesimpulan

berupa hipotesis. Masalah yang telah diidentifikasi relevan dengan teori juga menemukan solusi untuk masalah yang diidentifikasi. Hal ini ditunjukkan untuk dapat menjawab atau menjelaskan permasalahan yang telah terjadi.

Inovasi merujuk pada pengembangan ide, metode, atau teknologi baru yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas layanan yang diberikan oleh instansi pemerintah kepada masyarakat. Inovasi ini dapat melibatkan penggunaan teknologi informasi, restrukturisasi proses kerja, pengembangan kebijakan baru, atau pendekatan kreatif lainnya untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada masyarakat. Dalam hal ini adalah inovasi yang telah diciptakan dalam melaksanakan pelayanan di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung khususnya dalam bagian BPHTB melalui aplikasi “SiBedas Tangguh” menjadi suatu peluang dan keuntungan dalam melaksanakan proses pelayanan terhadap masyarakat.

Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung menjadi salah satu organisasi publik yang memiliki tugas dalam melaksanakan pemungutan dan pelayanan pajak yang salah satunya adalah BPHTB bagi masyarakat. Sesuai dengan Peraturan Bupati no 32 tahun 2022 tentang tugas, fungsi dan tata kerja Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung. Terutama pada bagian Pajak II yang memiliki fokus terhadap pelayanan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) serta Bea Perolehan Hak atas Tanah Bangunan (BPHTB). Suatu perkembangan dalam proses pelayanan melalui inovasi yang telah diciptakan guna memberikan pelayanan yang efektif dan efisien. Maka melalui teori Inovasi Menurut:Rogers dalam Hutagulung, (2018,25):

“Rogers (1993:210) menyebutkan bahwa inovasi mempunyai atribut, *“We are working toward a comprehensive set of characteristics of innovations that are as mutually exclusive and as universally relevant as possible. The five attributes of innovations are (1) relative advantage, (2) compatibility, (3) complexity, (4) trialability, and (5) observability.”*

Dalam pemahaman teori inovasi menurut Rogers dalam Hutagulung (2018,25), menjelaskan teori Rogers terkait atribut inovasi sebagai berikut:

1. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif)

Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan yang lain.

2. *Compatibility* (Kesesuaian)

Inovasi juga mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang tidak sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru. Selain itu juga dapat memudahkan proses adaptasi dan proses pembelajaran terhadap inovasi itu secara lebih cepat.

3. *Complexity* (Kerumitan)

Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. *Triability* (Kemungkinan Dicoba)

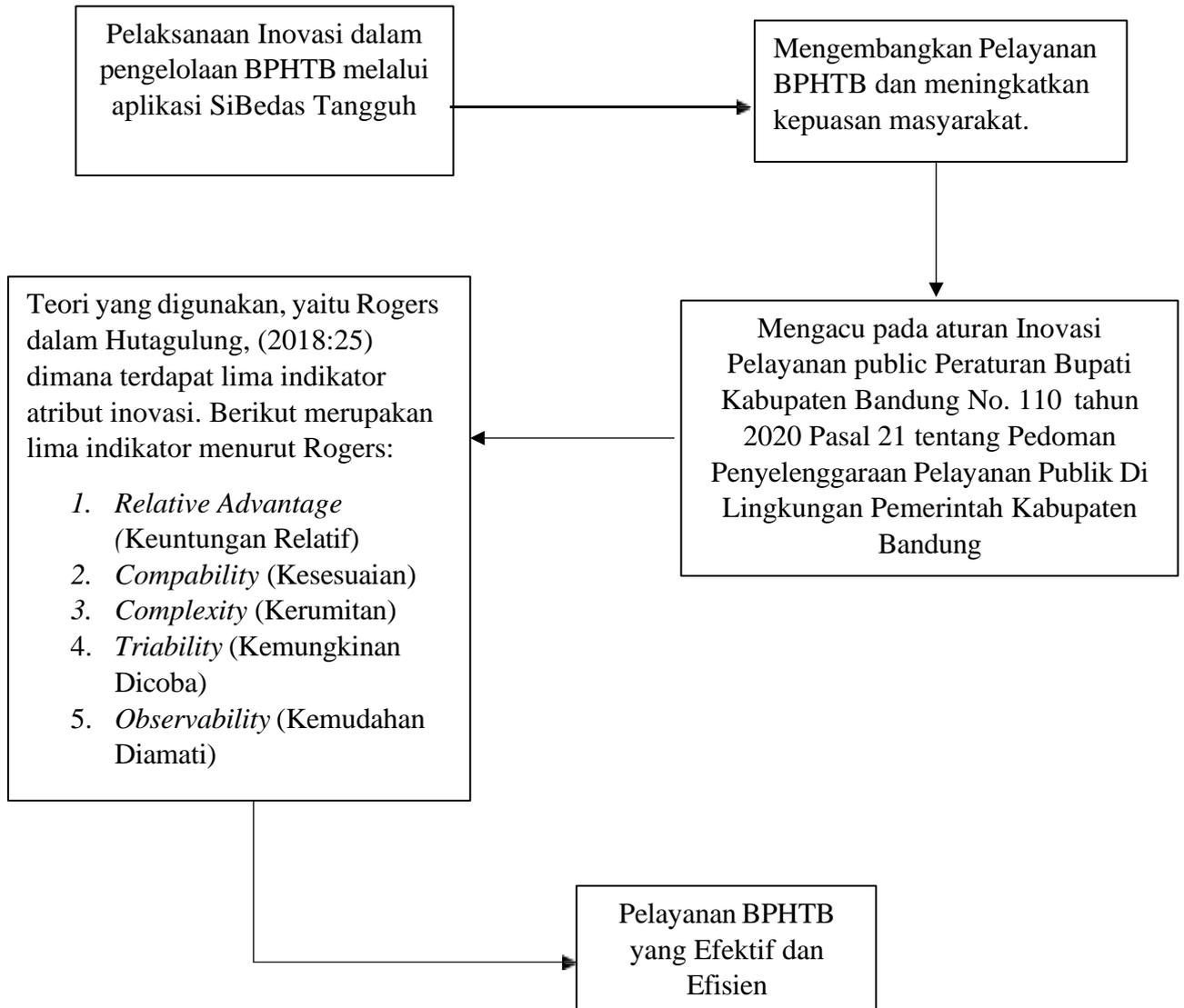
Inovasi hanya bisa diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai lebih dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase “uji publik”, dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi.

5. *Observability* (Kemudahan Diamati)

Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana ia bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik.

Dengan demikian, inovasi akan selalu terdapat kekurangan maka dari itu memerlukan penyempurnaan dan juga perbaikan dari bentuk sebelumnya untuk dapat menjadi lebih baik dari pelayanan yang dilaksanakan sebelumnya. Inovasi menjadi salah satu proses dalam melaksanakan pelayanan publik yang lebih maksimal kepada masyarakat terkhususnya dalam BPHTB melalui aplikasi Sibedas Tangguh di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung.

Hal ini dapat di nilai dari dimensi tentang Inovasi Pelayanan Publik, dimensi tersebut meliputi :



Gambar 2.1 Model Paradigma Kerangka Berpikir

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

2.3. Proposisi

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang diatas, maka dari itu peneliti mengajukan proposisi Inovasi BPHTB Melalui ‘Aplikasi SiBedas Tangguh’ Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung yang didasarkan pada, *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif), *Compability* (Kesesuaian), *Complexity* (Kerumitan), *Triability* (Kemungkinan Dicoba), *Observability* (Kemudahan Diamati).