

Perspektif Konsumen Dalam Keputusan Menggunakan Jasa Konsultan Di Surya Jaya Kabupaten Badung

Gusti Putu Eka Kusuma¹

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

ABSTRAK

Kata kunci:
Perspektif
Konsumen,
Keputusan
Konsumen,
Perspektif dan
Model Manusia.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perspektif konsumen dalam keputusan menggunakan jasa konsultan di surya jaya kabupaten badung, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa wawancara dan dokumentasi. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, dimana sudah ditentukan informan yang dianggap paling tahu antara konsumen pengguna jasa konsultan Surya Jaya Kabupaten Badung sebanyak 5 orang. Teknik keabsahan data yang digunakan berupa triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data interaktif dalam empat perspektif dan model manusia. Hasil penelitian yang didapatkan perspektif konsumen dalam keputusan menggunakan jasa Konsultan di Surya Jaya Kabupaten Badung maka didapatkan perspektif dan model manusia yakni manusia ekonomi (Economic Man). Kemudian mendorong konsultan pajak memberikan pelayanan yang terbaik, menjalankan tugas dan wewenangnya sebagai konsultan pajak yang taat dan patuh pada peraturan perundang – undangan yang berlaku.

ABSTRACT

Keywords:
*Consumer Perspectives,
Consumer Decisions,
Human Perspectives
and Models.*

This research was conducted to determine consumer perspectives in the decision to use consulting services at Surya Jaya, Badung district. The data collection technique used in this study was in the form of interviews and documentation. Determination of informants used a purposive sampling technique, in which informants were determined who were considered to know the most among consumers and users. Surya Jaya consultant services, Badung Regency as many as 5 people. The data validity technique used is source triangulation. The data analysis technique used in this research is interactive data analysis in four perspectives and human models. The results of the research obtained from the consumer perspective in the decision to use the services of a consultant at Surya Jaya Badung Regency, obtained a human perspective and model, namely the economic man (Economic Man). Then encourage tax consultants to provide the best service, carry out their duties and authorities as tax consultants who comply and comply with applicable laws and regulations.

PENDAHULUAN

Masyarakat umum sebagai wajib pajak tidak semua mengerti dan memahami ketentuan umum perpajakan dan implementasi terhadap perpajakan. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor lainnya seperti. Kurangnya waktu di sela kesibukan sebagai wajib pajak guna mengisi form pelaporan serta penyetoran pajaknya. Tidak jarang dengan mobilitas yang sangat padat untuk mengurus pelaporan tersebut membutuhkan orang atau organisasi yang bisa dan mampu untuk menyelesaikan permasalahan wajib pajak. Penyelesaian permasalahan pajak atau pelaporan

pajak memerlukan ketepatan waktu pelaporan, untuk itu tidak jarang jasa konsultan pajak sangat di perlukan oleh beberapa kalangan. Surya Jaya adalah sebuah perusahaan yang bergerak di Bidang Jasa Konsultasi Bisnis dan manajemen, yang berada di bawah manajemen CV. Surya Jaya, yang menawarkan jasa antara lain adalah menyediakan jasa pelayanan Pajak, Pembuatan Izin Usaha, Pembuatan Program, Pembuatan Pasport, KITAS, dan Imigrasi Permit. Konsultan Surya Jaya yang beralamat di kawasan Perum Graha Pertiwi, Blok B No. 11, Jalan Raya Abianbase, Mengwi – Badung, memiliki sekitar 33 pengguna jasa yang aktif sampai saat ini sejak perusahaan penyedia jasa konsultasi bisnis dan manajemen ini dibangun.

Kendati demikian minat pengguna jasa pada CV. Surya Jaya fluktuasinya tidak terlihat signifikan, berikut adalah data pengguna jasa konsultan Surya Jaya dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 pada Gambar dibawah ini. Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa dari tahun ke tahun pengguna jasa konsultan di Surya Jaya terus mengalami peningkatan, meski peningkatannya tidak signifikan dari tahun ke tahunnya, dilihat dari tahun 2018 pengguna jasa berjumlah 15, bertambah 1 pengguna jasa pada tahun 2019, di tahun 2020 bertambah 4 pengguna jasa konsultan di Surya Jaya, meningkat lebih tinggi di tahun 2021 dari 19 pengguna jasa dan sampai saat ini menjadi 33 pengguna jasa konsultan Surya Jaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di lingkup CV. Surya Jaya, Surya Jaya Konsultan yang berlokasi di Jalan Raya Abian Base, Perum Graha Pertiwi Blok B No. 11, Mengwi, Badung, Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, informan pada penelitian ini terdapat lima orang yang terdiri dari para pengguna jasa pelayanan dari Surya Jaya Konsultan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dimana data didapatkan langsung dari tanggapan informan atas pertanyaan – pertanyaan yang terdapat di dalam pedoman wawancara selain itu juga di dukung melalui data dokumentasi. Metode sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan selanjutnya diolah dengan menggunakan beberapa uji keabsahan data dipergunakan triangulasi berikutnya melalui analisis deskriptif kualitatif guna memahami, menafsirkan, dan menjabarkan setiap fakta/data yang telah dikumpulkan dengan jabaran dari setiap argument adapun tahapannya sebagai berikut data *collection*, data *reduction*, data *display* dan *conclusion drawing/verification*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara serta triangulasi yang telah di lakukan di peroleh hasil sebagai berikut, dimana hasil yang di peroleh dari penelitian ini mengenai perspektif konsumen dalam pengambilan keputusan, terlihat para informan menggunakan beberapa pertimbangan dimana terdapat syarat – syarat yang telah di tentukan sebelum memilih menggunakan jasa konsultan Surya Jaya, hal ini masuk kedalam model Manusia Ekonomi (*economic man*) dalam model manusia (*model of man*) guna melihat perspektif konsumen.

Adapun jawaban terbanyak dari semua indikator – indikator yang dipertanyakan kepada informan yang menjadi landasan pengambilan keputusan yang dipertimbangkan yaitu :

1. Kepercayaan. Modal kepercayaan adalah kunci utama dalam penggunaan jasa manapun, tanpa adanya kepercayaan, jalinan yang tercipta disuatu perusahaan akan terhambat untuk mencapai tujuan bersama, yang termasuk dalam indikator Sikap, Motivasi, Minat, Harapan, dan Sasaran.
2. Efektif dan Efisien. Jarak, Waktu, Tenaga memang menjadi sasaran yang utama dalam Perusahaan, sehingga butuh ketepatan dalam menjalankannya agar semua berjalan sesuai sasaran, yang termasuk dalam indikator Sikap, Motivasi, Minat, Harapan, Pengalaman masa lalu, Sasaran, dan situasi.
3. Pengetahuan. Semakin berkembangnya zaman semakin berkembang pula ilmu dari masa ke masa, sdalam hal ini perlu orang yang memang ahli dibidangnya yang

merupakan paham aturan yang berlaku di tempatnya. Dan tentunya akan selalu menginformasikan informasi terbaru dibidangnya, yang merupakan indikator dari Sikap, Motivasi, Minat, Harapan, Pengalaman masa lalu, Sasaran, dan situasi.

4. Jujur. Sama halnya kepercayaan, kalau sudah dilandasi kejujuran, maka segala pekerjaan berjalan transparan yang merupakan indikator dari Sikap, Motivasi, Minat, Harapan, Pengalaman masa lalu, Sasaran, dan situas

Tabel 1. Hasil Wawancara

| No | Konsep | Indikator | Hasil Wawancara |
|----|---------------------|-------------------------|--|
| 1 | Perspektif Konsumen | a. Sikap | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelumnya tidak ada konsultan pajak. 2. Menentukan sikap dalam pemilihan konsultan, tentunya dengan menanyakan pada perusahaan lain atau teman sendiri yang lebih berpengalaman yang telah memakai konsultan pada perusahaannya sendiri 3. Tidak ada sumber dari orang lain, memang saya kenal secara langsung. 4. Tidak ada penggunaan jasa konsultan lain sebelumnya, saya hanya kenal, dan sudah percaya dari awal. 5. Tidak ada sebelumnya. |
| | | b. Motivasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mempermudah pekerjaan di kantor 2. Motivasi dalam menggunakan jasa konsultan disamping untuk meringankan dalam hal pembukuan suatu kantor, juga untuk mendapatkan informasi baru dalam hal pajak dan peraturan – peraturan pemerintah yang baru 3. Untuk meringankan pekerjaan dalam hal pengurusan pajak, <i>accounting</i>, perdagangan dalam hal ekspor dan import, serta kepengurusan surat – surat pendukung lainnya. 4. Kemudahan akses tempat, waktu, informasi, dan ketepatan pengurusan perpajakan. 5. Kemudahan dalam segala urusan |
| | | c. Minat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengefisiensikan waktu, tenaga, dan pikiran 2. Pembukuan tepat waktu dan menjelaskan dengan jelas tentang tata cara pembukuan sebuah kantor. 3. Karena beliau dalam pengurusan pajak dan semua hal dilakukan dengan sigap dan tepat 4. Untuk mempermudah dan meringankan beban saya 5. Kepercayaan, karena sudah dari awal aya yakin dan konsultan ini tetap menjaga kepercayaan ini |
| | | d. Pengalaman Masa Lalu | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak Pernah mnegggunakan jasa konsultan lain 2. Tidak. 3. Tidak ada. Karena dari pertama pendirian perusahaan sampai sekarang selalu menggunakan jasanya. 4. Tidak Ada 5. Tidak ada. |
| | | e. Harapan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah. Pekerjaan saya jadi lancar 2. Belum, karena agak susah untuk minta waktu agar bias bantu kerjaan Ganesha, tidak seperti dulu jika saya ada kualahan untuk input nota, pas gajian sering dibantu, |

| | | | |
|------------------------|--------------------|---|--|
| | | | <p>tapi sekarang agak susah mungkin karena kerjaan konsultan terlalu sibuk. Harapannya agar bias lebih lama <i>stand by</i> di Ganesha untuk bantu input nota</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Sudah. Dalam pelaporan, pembayaran, dan kepengurusan surat ekspor dan import, namun di dalam monitoring <i>accounting</i> sedikit kurang signifikan. 4. Sudah. Lancar semua. 5. Sudah. Kalau tidak saya sudah cari konsultan yang lain. |
| | | f. Sasaran | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah 2. Ya. Hanya saja waktunya agar lebih diatur untuk bantu di Ganesha. 3. Dibilang tepat ya tidak, dibilang tidak ya tepat, kembali ke point “e”, dimana masih perlu memonitoring <i>accounting</i> yang kurang signifikan 4. Sudah. Dan kepengurusan lainnya bias dipermudah juga seperti mempermudah mencari pinjaman Bank. Karena surat-surat yang diperlukan sudah dibantu diproses. 5. Sudah. Beliau sudah sangat banyak membantu |
| | | g. Situasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Situasi saat sebelum menggunakan konsultan, antrinya lama karena urus dan dating sendiri ke kantor pajak, dan isi kesana kemarinya yang bikin ribet di masa itu. 2. Lancar 3. Untuk sekarang semua berjalan dengan normal, karena dari awal berdiri sampai sekarang sudah dipermudah karena jasa konsultan. 4. Saat ini memang lancar karena sudah bias online juga. Tapi pegisiannya juga harus tepat, jadi saya lebih memilih konsultan untuk mengurusnya. 5. Sistem pajak saat ini sudah sangat fleksibel. Bias diakses dari rumah atau dimanapun. Tapi untuk pengisiannya saya butuh konsultan karena ini menyangkut hukum, tidak bias sembarang diisi. |
| 2 | Keputusan Konsumen | a. Pengenalan kebutuhan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempermudah efisiensi waktu, dan tenaga 2. Agar kerjaan tidak tercecer, jadi kami memilih konsultan pajak untuk mengurus perpajakan dan keperluan ijin-ijin 3. Karena Konsultan lebih tahu mendalam mengenai pajak dan alur surat – surat pendukung 4. Untuk mempersingkat waktu dalam antrian, saya biar bisa focus usaha saya, tinggal buat pembukuan, saya serahkan sama konsultan yang pengetahuannya luas dalam perpajakan. 5. Kepercayaan, Pengetahuan, Cepat, dan tepat. |
| b. Pencarian Informasi | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dari rekan – rekan perusahaan lain, dan memang sudah kenal juga 2. Dari mulut ke mulut 3. Memang kenal pribadi, ya bisa dibilang teman baik 4. Saya kenal dan tahu sendiri 5. Saya kenal langsung. | |
| c. Evaluasi Alternatif | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja konsultan lebih memuaskan dan sesuai dengan apa yang diharapkan. 2. Kami Tanya dulu dari yang sudah memakai Surya Jaya. Apa pembukuannya sudah tepat, padat, dan jelas. | |

| | | | |
|--|--|----------------------------------|--|
| | | | <ol style="list-style-type: none"> 3. Modal Kepercayaan. Karena saya sudah kenal lama dengan beliau dan sebelumnya tidak pernah mengenal konsultan lain. 4. Saya tidak tau konsultan lain. Sekalinya saya tahu, saya percaya untuk mengurus, ya sudah sampai sekarang. 5. Saya tidak tau konsultan lainnya, sekali percaya, bisa cepat dan tepat, ya Ok |
| | | d. Menentukan Alternatif Pilihan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cepat, dan pengetahuannya luas 2. Kami mengharapkan tipe konsultan yang jujur, bekerja tepat waktu, dan kerjaan sesuai dengan peraturan perpajakan, dan peraturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah, dan tidak bekerja asal beres saja. 3. Saya hanya mengenal satu konsultan saja dan beliau sudah membantu saya 4. Bisa mempertanggungjawabkan pekerjaannya, Cepat, Komunikatif, Transparan, Lues. 5. Cepat, tepat, mudah diajak komunikasi, fleksibel, informasi bisa di <i>update</i> terus |
| | | e. Menentukan Pilihan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan. Karena bagi saya sangat membantu dengan adanya konsultan menimbang <i>accounting</i> di kantor ini adalah orang asing yakni dari Korea 2. Sama seperti dulu, lancar – lancar saja 3. Selama ini lancar – lancar saja 4. Selama ini berjalan lancar, tetap patuh aturan. 5. Ya. Karena dulunya saya tidak pernah tahu caranya, harus kemana, dibagaimanakan, sekarang sudah aman karena konsultan |

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perspektif konsumen dalam pengambilan keputusan maka, jika di lihat dari modelnya disini terlihat para pengguna jasa selalu menggunakan beberapa pertimbangan dimana terdapat syarat – syarat yang telah di tentukan sebelum memilih menggunakan jasa konsultan Surya Jaya. hal ini masuk kedalam model Manusia Ekonomi (economic man) dalam model manusia (model of man) guna melihat perspektif konsumen. Dari hasil di atas terlihat didalam melakukan keputusan konsumen mempertimbangkan hal secara rasional, dengan demikian konsumen menyadari terkait berbagai alternatif produk yang tersedia. Serta hasil wawancara menunjukkan bahwa yang dilakukan para konsumen sangat mempertimbangkan hal – hal yang mendorong untuk menggunakan jasa konsultan di perusahaan maupun usaha yang sedang mereka kelola, baik yang bersumber dari informasi yang didapatkan secara langsung maupun dari perantara informan lainnya dalam penggunaan jasa konsultan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari penelitian ini ialah dimana dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam perspektif konsumen yaitu menggunakan tipe konsumen Manusia Ekonomi, karena konsumen lebih memilih mengkaji lebih dalam sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa konsultan Surya Jaya dalam keberlangsungan hidup Perusahaan dan usaha yang sedang dikelola. Penelitian ini diharapkan mampu membantu konsultan Surya Jaya dan Konsultan lainnya dibidang yang sama agar tetap memperhatikan kualitas jasa yang dimiliki, sehingga kepercayaan tetap bias dipegang.

DAFTAR RUJUKAN

- Bhakti, A. P. (2018). Motivasi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit di Jogja Scrummy. *Jurnal Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta*, DOI:10.30588/jmp.v3i2.156.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Isa, M. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol.21, No.2, DOI:10.23917/dayasaing.v20i1.6590.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Cetakan Kedua. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2018. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Ketiga, Edisi Kedua, Bogor : Ghalia Indonesia.