



STRATEGY DIGITAL MELALUI CO-PRODUCTION DI SAMSAT WILAYAH KABUPATEN BANDUNG 1 RANCAEKEK

Nazla Rafilah Wudianto^{1*}, Tomi Setiawan²

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Indonesia

nazla20002@mail.unpad.ac.id¹, tomi.setiawan@unpad.ac.id² *Corresponding author

Abstrak: Strategy Digital Melalui Co-Production di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek.

Di Era Society 5.0 ini pelayanan publik berbasis digital menjadi salah satu upaya untuk mengatasi keterbatasan pelayanan publik. Adapun di era 5.0 ini, penerapan strategi digital sangat dibutuhkan. Co-production ialah program untuk meningkatkan pelayanan jasa publik dengan mengikutsertakan partisipasi warga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifan penerapan strategi digital melalui *co-production* Samsat J'Bret di P3D wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek sebagai upaya peningkatan pendapatan pajak kendaraan bermotor dan penguraian antrean pelayanan di Samsat Rancaekek. Metode analisa yang dipakai yakni metode analisa data kualitatif. Yakni dengan penerapan metode pengumpulan data melalui riset kepustakaan, observasi, serta wawancara. Hasil menunjukkan bahwa penerapan strategi digital melalui *co-production* Samsat J'Bret di Samsat wilayah Bandung 1 Rancaekek mendekati kata efektif dalam meningkatkan pendapatan pajak daerah serta meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

Kata kunci: Strategi Digital; Samsat J'bret; Pelayanan

Abstract: Digital Strategy Through Co-Production in Samsat Bandung Regency 1 Rancaekek.

In the Era of Society 5.0, public services' shortcomings are being addressed through the use of digital platforms. As for the 5.0 era, the implementation of digital strategies is very much needed. Co-production is a program to improve public services by involving community participation. This study aims to determine the effectiveness of the application of digital strategies through the co-production of J'Bret Samsat in P3D in the Bandung 1 Rancaekek Regency area. In an effort to boost motor vehicle tax income and shorten service lines at Samsat Rancaekek, Regency area. This study uses a qualitative, descriptive methodology. The analytical technique employed is qualitative data analysis, and it involves gathering data through observation, interviewing, and reading of relevant literature. The results show that the implementation of Digital Strategy through J'Bret Samsat co-production in Samsat Bandung 1 Rancaekek area is close to being effective in increasing local tax revenues.

Keywords: Digital Strategy; Samsat J'bret; Service

History & License of Article Publication:

Received: 08/11/2022

Revision: 20/07/2023

Published: 31/08/2023

DOI: <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v%vi%i.54407>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Indonesia memasuki era society 5.0 dimana pemanfaatan teknologi modern sudah berkembang, namun masih mengandalkan manusia sebagai komponen utama-nya. Konsep ini akan menciptakan perkembangan teknologi yang mampu meminimalisasi kesenjangan pada manusia, karena pada masa ini masyarakat dituntut untuk hidup berdampingan dengan teknologi, menguasai dan memanfaatkan teknologi. Strategi bisa ditafsirkan selaku tindakan tambahan guna meningkatkan pelayanan publik (Rangkuti, 2004). Penyusunan strategis selalu diawali dengan apa yang hendak terjadi. Representasi yang terdiri dari nilai nol serta satu atau *off* dan *on* dari suatu kondisi yang disebut dengan istilah bit merupakan definisi digital (wijoyo et al., 2020).

Strategi digital merupakan penerapan teknologi digital ke dalam proses bisnis untuk membentuk kemampuan proses bisnis baru. Administrasi publik bergerak dari digitalisasi formulir administrasi tunggal ke mendesain ulang proses dan layanan dengan tujuan untuk merubah pelaksanaan layanan secara digital (Mergel et al., 2019). *Co-production* menggambarkan suatu kegiatan yang melibatkan metode pelayanan terdahulu dan metode pelayanan yang baru, serta menggambarkan kegiatan yang tidak ada hubungannya dengan pemberian layanan tetapi berhubungan dengan elemen lain dari pelayanan publik dan kebijakan publik (Scupola & Mergel, 2022a). *Co-production* menekankan model pelayanan publik yang pluralistik berdasarkan inter-hubungan organisasi, jaringan, kemitraan kolaboratif, dan bentuk lain dari pembuatan kebijakan dan tindakan publik (Scupola & Mergel, 2022a).

Ide dari *co-production* sangat sederhana. Pada dasarnya, *co-production* membahas mengenai keterkaitan masyarakat untuk meningkatkan layanan publik, dengan konsep tidak hanya untuk masyarakat, namun dengan mengikutsertakan kekuatan masyarakat untuk membangun layanan dalam bentuk baru (Safitri & Andari, 2015). *Co-production* terbagi menjadi 3 tipe. *Co-Design*, *co-deliver*, *co-assess* (Scupola & Mergel, 2022b). Konsep kolaboratif pada kesimpulannya memberikan pendekatan terstruktur guna memakai gagasan terbaik dari pelayanan publik (Safitri & Andari, 2015). Konsep kolaboratif mempunyai 4 dimensi. Partisipasi, pengembangan pelayanan, tanggung jawab kewenangan individu, dan tujuan. *Co-delivery* merupakan kerja sama masyarakat serta pemerintah guna menghasilkan layanan publik yang lebih baik dengan metode yang inovatif, kreatif serta kolaboratif (Nabatchi et al., 2019). Masyarakat dapat berkontribusi dengan memberikan ide-ide kreatif, inovatif, dan saling berkolaborasi satu sama lain guna menghasilkan suatu solusi. *Co-assessment* melibatkan masyarakat untuk bekerja beriringan guna membantu pemerintah dalam memahami bagaimana perasaan masyarakat mengenai layanan yang diberikan (Scupola & Mergel, 2022b). Dalam

perihal ini, media elektronik semacam media sosial serta website dapat dipakai secara efisien untuk melaksanakan evaluasi bersama dalam pengaduan pelanggan.

Dalam pelayanan publik terdapat berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pajak. Iuran pajak merupakan salah satu sumber pemasukkan utama yang digunakan oleh pemerintah dalam melaksanakan pembangunan negara. Salah satu iuran wajib pajak pada pemerintah yang terutang berdasarkan undang-undang pada individu ataupun badan yang tidak menerima atau menanggapi pelayanan dengan cara langsung serta dipakai guna memenuhi kesejahteraan rakyat dan keinginan pemerintah merupakan implementasi penerapan pajak (Sutedi, 2022). Pembayaran pajak ialah pemenuhan peranan dalam bernegara dimana wajib pajak secara langsung memenuhi peranan perpajakan finansial negara dalam bagan pembangunan nasional.

Sistem perpajakan Indonesia menganut *self assessment*, yaitu suatu tanggung jawab masyarakat untuk memenuhi kewajiban pembayaran pajak sebagai pelaksanaan kewajiban dalam bernegara pada bidang perpajakan (Pustaka et al., 2011). Sesuai dengan fungsinya, direktorat jendral pajak berkewajiban mengadakan penyuluhan, pelayanan, serta pengawasan pada masyarakat dalam pembayaran pajak. Hal ini guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Kepatuhan merupakan kesadaran satau motivasi seseorang atau kelompok untuk melakukan tindakan sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 1, pajak kendaraan bermotor merupakan pajak atas pemilikan serta pengurusan alat transportasi kendaraan bermotor (Republik Indonesia). Kendaraan bermotor merupakan alat transportasi beroda dua ataupun lebih yang dipakai pada seluruh jenis jalur lokal, dengan cara teknis berupa mesin ataupun alat lain yang didesain untuk mengubah suatu sumber tenaga tertentu menjadi daya gerak untuk alat transportasi bermotor tersebut (UU No.22 tahun 2009 pasal 1 ayat 20).

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor di wilayah Bandung

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)		
	2019	2020	2021
Mobil Penumpang	66315	64631	66197
Mobil Bis	541	538	502
Mobil Barang	22650	21201	20851
Sepeda Motor	558434	529885	535359
Jumlah	647940 Unit	616255 Unit	622909 Unit

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat per 14 Juli 2022

Bersamaan dengan meningkatnya jumlah produksi kendaraan bermotor yang didukung dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam menggunakan transportasi, perihal tersebut akan berpengaruh pada kenaikan jumlah wajib pajak dalam melunasi pajak transportasi kendaraan bermotor. Pada Provinsi Jawa Barat terutama di Kabupaten Bandung, lebih spesifiknya di wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek, mengalami peningkatan dan penurunan jumlah kendaraan bermotor. Tercatat pada tahun 2019 terdapat sebanyak 540129 unit, 2020 terdapat sebanyak 511972 unit, 2021 terdapat sebanyak 519180 unit (Open Data Jabar, 2022). Meninjau hal tersebut tentunya penerimaan pendapatan daerah pajak kendaraan bermotor mengalami peningkatan pula. Namun fakta mengatakan bahwa masih banyak wajib pajak yang tidak sanggupenuhi peranan pembayaran pajak alat transportasi bermotor setiap tahun. Per 30 April 2022, jumlah wajib pajak yang melunasi 12.766.683 orang atau sekitar 67,18% (Kementerian Keuangan, Direktorat Jendral Pajak, April 2022).

Beberapa inovasi dalam pembayaran pajak kendaraan sedang diterapkan oleh negara guna meningkatkan pemasukan wilayah dari pajak kendaraan. Keberadaan samsat elektronik belum signifikan, baik dalam meningkatkan pendapatan pajak kendaraan bermotor ataupun dalam kemudahan ber-administrasi (Saragih et al., 2019). Riset lain menemukan bahwa aplikasi E-Samsat mampu meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), namun terdapat beberapa kendala sistem seperti ketidaksesuaian data, penerimaan informasi yang salah, dan lainnya (Fitri et al., 2021). Pada tahun 2020, terdapat penurunan pendapatan pajak alat transportasi bermotor serta belum terpenuhinya sasaran penerimaan daerah dari yang telah ditetapkan di samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek. Penurunan pendapatan pajak kendaraan bermotor paling utama diakibatkan oleh pandemi Covid-19 di Indonesia yang amat mempengaruhi perekonomian negara. Disiplin serta kepatuhan wajib pajak pastinya akan berakibat pada peningkatan pendapatan daerah. Oleh sebab itu, layanan Samsat J'Bret dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak akan disiplin serta kepatuhan saat melunasi pajak kendaraan bermotor. Sebab layanan Samsat J'Bret bertujuan guna mempermudah wajib pajak dalam melunasi pajak kendaraan.

Samsat Wilayah Bandung 1 Rancaekek sudah mulai menerapkan penggunaan program Samsat J'Bret atau layanan E-Samsat. Implementasi Samsat J'bret menjadi kesempatan sekaligus tantangan bagi Samsat Wilayah Bandung 1 Rancaekek untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Inovasi layanan pembayaran pajak alat transportasi secara *online* belum layak membantu warga guna menanggulangi permasalahan pembayaran pajak alat transportasi, sehingga membuat masyarakat masih belum mematuhi peraturan dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Peneliti menemukan beberapa faktor penyebab diantaranya yaitu, masih

banyak wajib pajak yang tidak sempat mendatangi kantor samsat secara langsung untuk melakukan pengesahan STNK serta mengganti pelat registrasi kendaraan secara berkala setiap 5 tahun. Dikarenakan wajib pajak harus mendatangi kantor samsat induk sesuai domisili yang tertera pada STNK kendaraan masing-masing. Adanya ketentuan waktu kedatangan di kantor samsat akibat pandemi Covid-19 membuat proses pelayanan menjadi lebih lama. Terdapat jarak yang harus ditempuh oleh wajib pajak untuk mendatangi kantor samsat setempat. Tidak hanya itu, terdapat bermacam aturan kesehatan yang harus dipatuhi oleh seluruh masyarakat Indonesia membuat wajib pajak enggan untuk keluar rumah. Serta masyarakat merasakan penyusutan pemasukan sehingga tidak sedikit masyarakat mengalami pemberhentian hak kerja akibat dampak pandemi Covid-19.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik menulis sebuah jurnal berjudul “*Strategy Digital melalui Co-Production di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek*”. Pelaksanaan kebijakan merupakan suatu proses yang krusial, dilihat dari proses mempersiapkan sesuatu kebijakan, bila tidak direncanakan dengan baik maka tujuan kebijaksanaan publik tidak akan terlaksana sepenuhnya (Suaib, 2016). Tujuan pelaksanaan tersebut yakni mengetahui keefektifan penerapan strategi *digital* melalui *co-production* di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek sebagai upaya peningkatan pelayanan di Samsat Rancaekek.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, memiliki tujuan untuk menelaah mengenai tentang optimalisasi penerapan strategi digital melalui *co-production* di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancekek. Data yang diperoleh melalui metode wawancara secara langsung kepada Ketua Badan Pendapatan Daerah Pengelola Data Pemeriksaan Pajak, Staf *Front Office* Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek, masyarakat wajib pajak, dengan total informan 15 orang. Fokus dalam penelitian ini berdasarkan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui optimalisasi penerapan strategi digital melalui *co-production* di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek.

Gambaran kajian yang mengandalkan masyarakat sebagai instrument penelitian dalam menganalisis sejauhmana masyarakat terlibat sebagai *co-designing*, *co-delivery*, dan *co-assessment* pada pelayanan samsat J’bret di samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek. Penelitian ini memakai teknik wawancara, pengumpulan data berbentuk studi pustaka, serta metode penelitian deskriptif observasional. Dalam metode pengumpulan data berbentuk tinjauan pustaka, observasi, serta wawancara, peneliti memakai metode sampling bertarget guna mengenali informan. Pelaporan data wilayah, pengurusan pendapatan, pendaftaran, pengelola

pemasukan pajak atau retribusi, serta wajib pajak di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek serta pihak akademisi. Analisis metode yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis kualitatif. Penelitian kualitatif ialah sesuatu pendekatan guna menyelidiki serta memahami arti individu ataupun kelompok dalam kondisi permasalahan sosial, yang dapat dipakai untuk menafsirkan, menyelidiki, ataupun mendapatkan uraian yang lebih dalam mengenai aspek- aspek khusus (Creswell, 2013). Data yang didapat kemudian direduksi serta ditarik kesimpulan (Miles & Hubberman, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada era 5.0 sudah seharusnya setiap inovasi pelayanan publik mengadopsi teknologi baru secara efektif. Untuk mengadopsi teknologi atau inovasi pelayanan yang baru tentunya harus diikuti dengan strategi yang baik. Strategi merupakan alat buat menggapai tujuan jangka panjang. Berdasarkan hasil wawancara di samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek, strategi yang cocok digunakan pada era 5.0 ini adalah strategi digital yang mempertimbangkan peluang dan resiko yang lebih luas dimana hal tersebut berpotensi diciptakan oleh digital dan sering kali mencakup kolaborasi, eksplorasi, dan optimalisasi layanan.

Meningkatkan optimalisasi pelayanan publik melalui *community engagement* ialah salah satu rancangan *co-production*. *Co-production* merupakan konsep yang dipakai di negara-negara barat yang berpusat pada kerja sama antara pemerintah serta masyarakat guna menggapai hasil yang lebih baik (Bovaird et al., 2021). *Co-production* diperlukan untuk penyampaian layanan yang efektif karena input pemerintah dan warga tidak hanya saling bergantung, melainkan saling bekerjasama (Dewi et al., 2021).

Meningkatnya digitalisasi masyarakat dan kemampuan analisis data, memberi peluang baru bagi sektor publik untuk menerapkan *co-production*. Dengan adanya peluang tersebut, pelayanan publik pada sektor pajak kendaraan bermotor menciptakan suatu sistem digital yang dapat meningkatkan efektifitas dalam peningkatan pendapatan pajak kendaraan bermotor yaitu dengan menciptakan program E-Samsat. E- Samsat yakni sistem komunikasi terkini antara pemerintah dengan masyarakat melalui teknologi digital untuk meningkatkan kualitas layanan serta transparansi pembayaran pajak kendaraan, mengurangi biaya administrasi, serta media komunikasi dalam menjawab berbagai keluhan masyarakat. Pada program e-samsat telah menerapkan *co-production*. Samsat J'Bret merupakan hasil penerapan *co-production* pada e-samsat dengan mengikutsertakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor secara *online*.

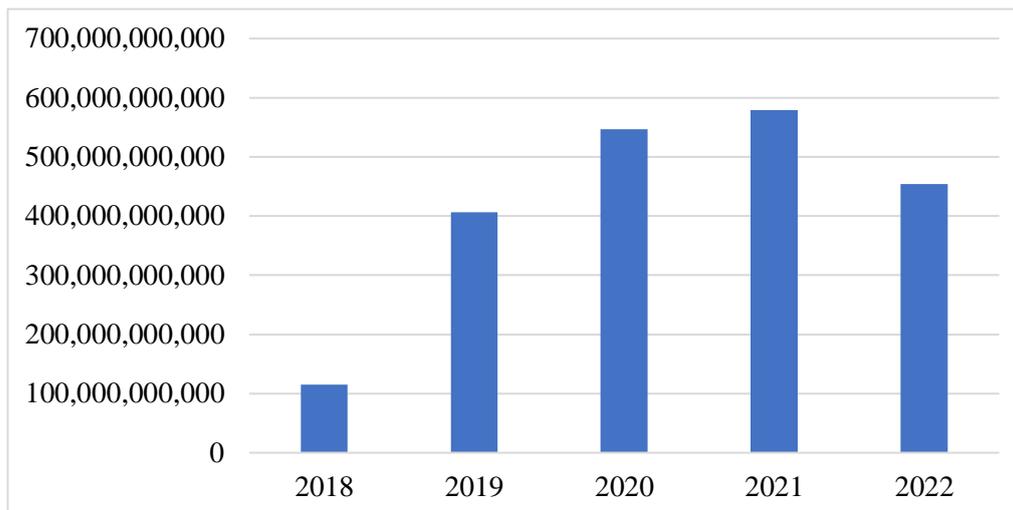
Menjalankan *co-production* dalam jasa pelayanan publik mempunyai berbagai keunggulan. Pada rancangan *co-production*, pekerja pada bagian garis depan atau *frontline* dapat berkontribusi dengan lebih menguasai hal-hal yang sering ditanyakan maupun dilaporkan oleh masyarakat, dikarenakan staf yang berada di bagian *frontline* akan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat. Seperti yang telah diterapkan di kantor samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek, pada bagian *frontline* terdapat *customer service*. *Customer service* pada Samsat Rancaekek sudah menerapkan kesopanan dalam berbicara dan menggunakan tutur bahasa yang baik serta menguasai hal-hal yang berkaitan dengan prosedur pembayaran pajak kendaraan bermotor. Samsat Rancaekek juga menyediakan dan memfasilitasi pelayanan informasi melalui *call center* maupun media sosial guna meningkatkan kualitas pelayanan dalam menjawab berbagai pertanyaan dan pengaduan masyarakat. Tidak hanya itu, *co-production* dapat membuat penggunaan dana yang dipakai lebih efisien dengan memfokuskan pada input yang di dapat dari pelayanan masyarakat sehingga lebih memprioritaskan keinginan masyarakat akan fasilitas layanan.

Dengan adanya strategi digital melalui *co-production* pada penerapan Samsat J'Bret di Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek dapat meningkatkan efektivitas disiplin wajib pajak saat melunasi pajak kendaraan bermotor. Wajib Pajak dapat melaksanakan pembayaran pajak kendaraan melalui *minimarket* (Alfamart dan Indomart), aplikasi belanja *online* (Tokopedia, Bukalapak, dll), serta Teller Bank BJB. Peneliti melakukan penelitian dalam metode wawancara di P3D wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan strategi digital melalui *co-production* pada e-samsat di wilayah P3D Kabupaten Bandung 1 Rancaekek dinilai sangat efektif, keefektifan tersebut dapat mencapai angka 85%. Keefektifan penggunaan samsat j'bret di samsat wilayah P3D Kabupaten Bandung 1 Rancaekek dilihat dari efisiensi dalam penggunaan waktu dan tempat bagi wajib pajak melakukan pembayaran, serta dilihat juga dari meningkatnya pendapatan daerah yang diperoleh dari tahun ke tahun.

Pada tahun 2022 terjadi dua kali lipat peningkatan transaksi e-samsat di *marketplace* dibandingkan dengan perolehan transaksi e-samsat pada periode 2021 (Ramdani, 2020). Tercatat pada tahun 2018 penerimaan e-samsat memperoleh sebanyak Rp 114.839.484.700, tahun 2019 penerimaan e-samsat memperoleh sebanyak Rp 8.164.530.400, tahun 2020 penerimaan e-samsat memperoleh sebanyak Rp 547.106.639.000, tahun 2021 penerimaan e-samsat memperoleh sebanyak Rp 578.992.799.000, dan tahun 2022 tercatat sampai dengan bulan Agustus penerimaan e-samsat memperoleh sebanyak Rp 454.097.583.200 (Bapenda Jawa Barat, 2022).

Strategy Digital Melalui Co-Production di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek (Wudianto)

<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v%vi%i.54407>



Gambar 1. Nilai Penerimaan E-Samsat Periode 2018-2022

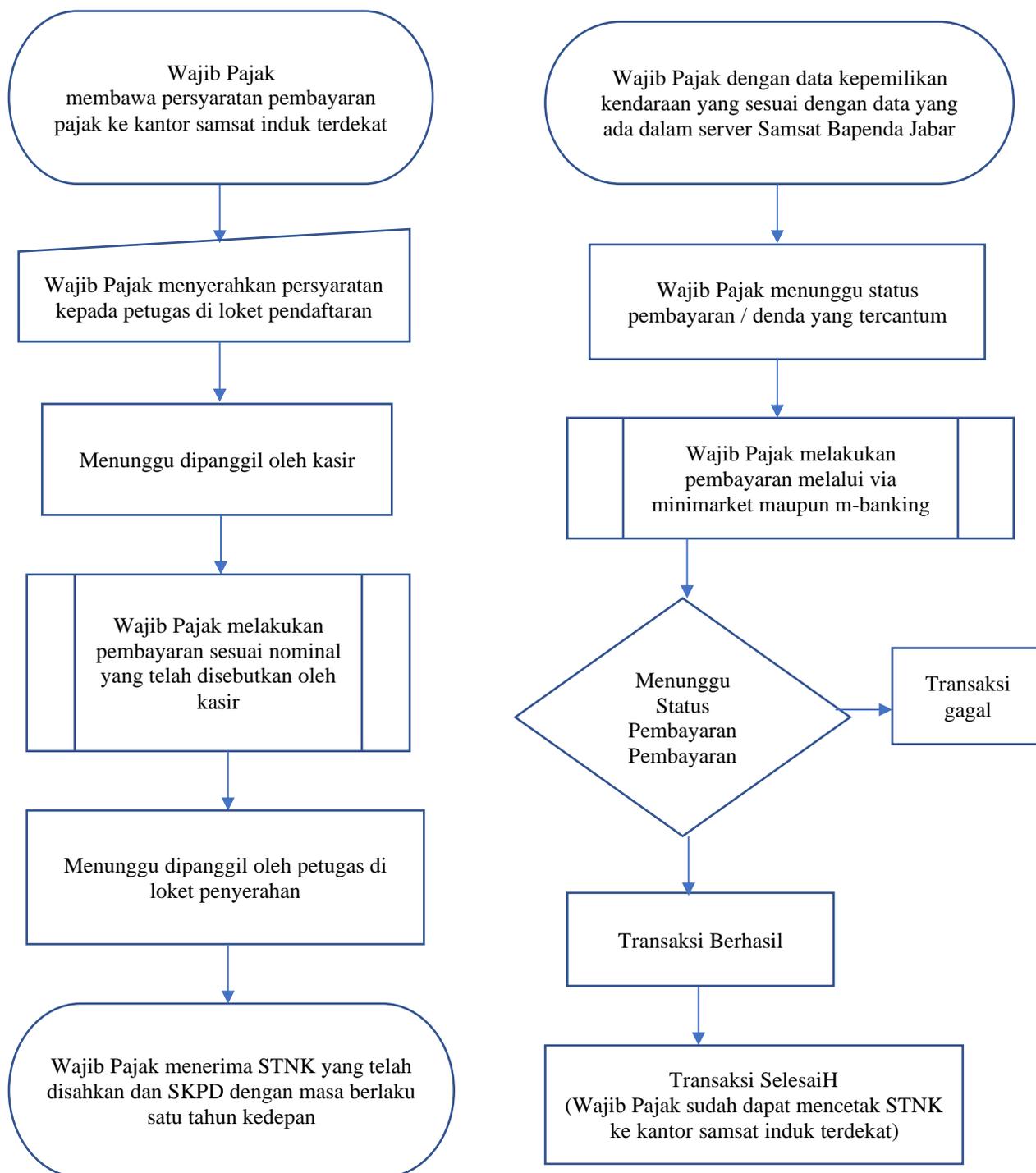
Sumber : Bapenda Jawa Barat

Gambar 2. menginformasikan bahwa alur pembayaran pajak kendaraan setiap tahun secara konvensional maupun secara modern melalui E-Samsat (Samsat J'Bret) sangat berbeda. Hal ini dikarenakan sudah adanya penerapan strategi digital melalui *co-production* yang digunakan dalam inovasi Samsat J'Bret. Pada transaksi pembayaran pajak secara konvensional, wajib pajak diharuskan untuk mendatangi kantor samsat induk yang berada di domisili masing-masing. Wajib pajak tidak diperbolehkan membayar pajak diluar domisili, hal ini dapat menghambat pembayaran sehingga mengakibatkan pemasukan kas daerah tidak mencapai target dan juga mengakibatkan terjadinya penumpukan antrean di kantor samsat.

Melalui Samsat J'Bret, wajib pajak tidak harus mengantre untuk membayar pajak di kantor samsat induk sesuai domisili. Wajib pajak dapat meminimalisasi terjadinya keterlambatan dalam membayar pajak kendaraan. Dengan adanya Samsat J'Bret, wajib pajak dapat lakukan pembayaran melalui *minimarket* maupun melalui aplikasi *online* serta Teller Bank BJB sehingga lebih efektif dalam penggunaan waktu dan tempat. Dari banyaknya kemudahan yang dirasakan, terdapat pula hambatan apabila wajib pajak melakukan pembayaran melalui *online*, seperti kendala jaringan, transaksi gagal diproses, pengesahan STNK tetap dilakukan di kantor samsat mengharuskan wajib pajak untuk mendatangi kantor samsat setempat, dan juga apabila wajib pajak melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor setiap 5 tahun disertai dengan penggantian pelat registrasi kendaraan, maka wajib pajak harus melakukan pembayaran langsung di kantor samsat sesuai domisili dan tidak dapat melakukan pembayaran via *online*.

Transaksi Pajak Konvensional

Transaksi Pajak melalui E-Samsat (Samsat J’Bret)



Gambar 2. Flow Chart Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor

Sumber: Bapenda Jawa Barat, 2017

Konsep *co-production* melakukan pelayanan kepada publik dengan meng-ikutsertakan rakyat, tidak cuma untuk rakyat, namun dengan menggunakan kekuatan rakyat untuk ikut serta berinovasi. *Co-production* sebagai proses inovasi melibatkan rakyat dalam 3 aspek, diantaranya:

a. *Co-design*

Partisipasi masyarakat Rancaekek pada aspek *co-design* yaitu ikut serta dalam menggunakan e-samsat serta melakukan proses pengaduan penggunaan e-samsat yang dirasa masih belum optimal. Masyarakat mengeluhkan meskipun penggunaan e-samsat telah diterapkan tetapi masih terdapat antrean yang cukup panjang di kantor samsat Rancaekek. Melihat dari sisi lain, dalam penggunaan e-samsat faktanya masih belum memenuhi target pendapatan daerah dari penerimaan pajak kendaraan bermotor. Pengaduan masyarakat mendapat *respons* yang positif dari pemerintah, sehingga pemerintah melakukan pengembangan terhadap program e-samsat. Salah satu rancangan pengembangan dalam strategi digital pada program e-samsat yang menggunakan *co-design* yaitu samsat J'bret. Samsat J'bret dinilai efektif dalam menjawab pengaduan masyarakat Rancaekek serta dalam meningkatkan pendapatan daerah di Rancaekek melalui pendapatan pajak kendaraan bermotor. Dalam aspek ini, pemerintah merancang sistem agar data hasil pembayaran wajib pajak langsung tercatat dalam simpanan data milik pemerintah. Berikut disertai dengan hasil wawancara.

“Dengan adanya samsat j'bret atau e-samsat, saya jadi tidak telat membayar pajak kendaraan bermotor. Inovasi ini sangat berguna untuk masyarakat seperti saya yang tidak memiliki waktu bahkan kadang suka lupa kalau sudah memasuki tenggat waktu pembayaran pajak kendaraan bermotor.” (D.A)

“Menurut saya, inovasi ini sudah sangat membantu untuk mengurangi antrean di kantor samsat. Bahkan sebelum ada inovasi samsat j'bret atau e-samsat ini saya harus datang ke kantor samsat untuk dapat antrean awal, karna kalau kesiangan sudah banyak yang antre, sehingga nunggunya lama.” (A.J)

“Pemasukkan kas pendapatan daerah bisa dibilang meningkat kalau dibandingkan dengan sebelum adanya e-samsat atau samsat j'bret ini. Inovasi ini sangat membantu pemerintah dalam meningkatkan pendapatan daerah. Jadi ini bisa dibilang salah satu fasilitas yang dibuat oleh pemerintah dengan konsep jemput bola.” (W.H, S.E)

b. *Co-delivery*

Pada aspek *co-delivery* masyarakat dapat berkontribusi dengan memberikan ide-ide kreatif, inovatif, dan saling berkolaborasi satu sama lain guna menghasilkan suatu solusi (Hill, 2011). Melihat dari hasil layanan pengaduan serta hasil observasi pelaksanaan strategi digital pada *co-delivery* pelayanan samsat J'bret di samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek Strategy Digital Melalui Co-Production di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek (Wudianto)

sudah diterapkan dengan baik. Masyarakat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek menyarankan berbagai ide pelayanan guna menindak lanjuti solusi terhadap permasalahan yang ada. Namun, pemerintah belum sepenuhnya melakukan sosialisasi secara merata kepada masyarakat mengenai pembayaran pajak kendaraan secara *online*. Berdasarkan hasil observasi di samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek terdapat wajib pajak yang belum mengetahui bahwa pembayaran pajak dapat dilakukan melalui *minimarket* (Alfamart dan Indomart), aplikasi belanja *online* (Tokopedia, Bukalapak, dan kaspro), dan Teller Bank BJB. Strategi digital pada aspek *co-delivery* merupakan bentuk pelaksanaan pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor karena masyarakat dapat ikut serta berkontribusi dalam penggunaan pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi. Sedangkan peran pemerintah dalam aspek *co-delivery* yaitu memberikan fasilitas dan melakukan sosialisasi pembayaran pajak kendaraan bermotor secara *online* kepada masyarakat. Didukung dengan hasil wawancara sebagai berikut.

“Saya masih belum terbiasa buat make atau bayar pajak kendaraan lewat aplikasi *online*. Dari dulu saya sudah terbiasa langsung datang ke kantor samsat, jadi bayarnya langsung di kantor samsat ga lewat aplikasi.” (C.F)

“... Saya belum tau kalau sekarang sudah bisa melakukan pembayaran lewat aplikasi atau minimarket. Inovasinya sudah bagus, tapi sosialisasi dari pemerintah ke masyarakatnya lebih ditingkatkan lagi, lumayan untuk menghemat bensin. Mungkin pembayaran pajak kendaraan selanjutnya saya mau mencoba lewat aplikasi.” (R.Z)

“Saya sudah tau ada aplikasi *online* tapi hp saya tidak memadai, kadang jaringannya juga tidak stabil, daripada kena denda jadi ya saya masih melakukan pembayaran dengan datang langsung ke kantor samsat nya aja.” (A.N)

c. *Co-assessment*

Co-assesment melibatkan masyarakat untuk bekerja beriringan dalam membantu pemerintah untuk lebih memahami bagaimana perasaan masyarakat mengenai layanan yang digunakan. Dalam perihal ini, pemakaian media elektronik seperti media sosial serta situs website dalam metode pelaporan yang dilakukan oleh masyarakat akan lebih efektif dan efisien. *Co-assesment* tidak hanya terbatas oleh masyarakat saja, karena *co-assesment* berarti memantau dan mengevaluasi sektor public (Safitri & Andari, 2015). Pemerintah mendapat *feedback* mengenai pelayanan yang sudah diberikan kepada masyarakat, sehingga tercipta dua sudut pandang baik dari pemerintah maupun dari masyarakat. Pada aspek ini, *co-assesment* menilai evaluasi kebijakan e-samsat khususnya pada P3D samsat wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek sudah sangat efektif. E-samsat sudah sangat mempermudah masyarakat karena

dapat meminimalisir keterlambatan pembayaran pajak dengan melakukan pembayaran pajak dimana saja. Berdasarkan hasil survei kepuasan masyarakat pada periode April-Juni 2022, E-samsat mendapatkan nilai A terhadap pelayanan publik yang telah direalisasikan. Dengan jumlah responden sebanyak 257 yang terdiri dari 171 laki-laki dan 86 wanita. Unsur-unsur pelayanan yang dinilai yaitu :

Tabel 2. Indeks Kepuasan Masyarakat Periode Bulan April sampai dengan Juni 2022

UNSUR PELAYANAN	INDEKS MUTU
Persyaratan	Sangat Baik
Sistem Mekanisme & Prosedur	Sangat Baik
Waktu Penyelesaian	Sangat Baik
Biaya atau Tarif	Sangat Baik
Sarana & Prasarana	Sangat Baik
Penanganan Pengaduan, Saran & Masukan	Sangat Baik

Sumber: Bapenda Jawa Barat, 2022

Didukung oleh hasil wawancara yakni :

“Saya cukup merasa terbantu dengan hadirnya e-samsat atau samsat j’bret ini. Dikarenakan saya kurang memiliki banyak waktu luang, kadang juga saya lupa cek masa tenggat pembayaran pajaknya, jadi suka mepet dan bentrok sama kesibukan yang lain jadi agak terhambat jika harus datang langsung ke kantor samsat. Dengan adanya e-samsat atau samsat j’bret ini agak cukup mempermudah pembayaran pajak kendaraan bermotor sih.” (F.F)

“Kalau dilihat dari aspek pendapatan kas negara, e-samsat atau samsat j’bret ini sudah sangat efektif. Bisa dibilang angka efektifnya sudah mencapai 85%. Efektif dalam meningkatkan pendapatan daerah sudah jelas, lalu efektif juga dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak kendaraan tahunan.” (W.H, S.E)

“Ibu-ibu lebih suka bayar ke alfamart atau indomart, soalnya sekalian mampir beli-beli barang atau bayar kebutuhan yang lain juga. Adanya samsat j’bret ini bisa dibilang cukup membantu. Soalnya kalau bayar ke kantor samsat langsung suka suami saya yang bayar, saya ga ikut jadi kurang tau juga sih tahap-tahap pembayaran pajak secara langsung di kantor samsat. Kalau di indomart atau alfamart lebih mudah, saya tinggal ngasih kode pembayaran sesuai yang ada di aplikasi ke kasirnya aja, terus ga ngantri lama juga. Jadi inovasi ini sangat membantu masyarakat terutama dikalangan ibu-ibu yang mau membayar pajak kendaraan.” (A.S)

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penerapan *strategy digital* melalui *co-production* dalam pelaksanaan Samsat J’Bret di P3D Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek mendekati kata ideal dan efektif dalam meningkatkan pelayanan publik. Ideal dan

Strategy Digital Melalui Co-Production di Samsat Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek (Wudianto)

<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v%vi%i.54407>

efektif penerapan strategi digital melalui *co-production* pada penerapan Samsat J'Bret dapat dilihat dari tercapai-nya target serta meningkat-nya pendapatan daerah. Strategi digital melalui *co-production* sangat penting untuk diterapkan pada inovasi Samsat J'bret, mengingat Indonesia memiliki penduduk sebanyak 273.879.750 jiwa dan aktif menggunakan kendaraan bermotor. Penting-nya penerapan strategi digital dapat memudahkan masyarakat menjalankan kewajiban pajak. Rancangan *co-production* dengan 3 pendekatan, yakni : *co-assessment*, *co-designing*, dan *co-delivery* bisa diaplikasikan di tiap negara guna meningkatkan kualitas layanan publik. Hasil analisa serta pembahasan periset memungkinkan bahwa pendekatan *co-assessment* serta *co-delivery* yang sudah diterapkan pada program Samsat J'Bret dapat lebih dikembangkan di Indonesia. Program di Jawa Barat yakni Samsat J'Bret berhasil melibatkan keikutsertaan masyarakat. Menyelaraskan keikutsertaan masyarakat dengan rancangan *co-production* dapat membuat rancangan tersebut lebih baik. Implikasi dari penelitian menjadi acuan pada keputusan dalam meningkatkan pelayanan publik. Disisi lain, masih ditemukan kurang efektifnya pembayaran pajak kendaraan bermotor via *online* setiap 5 tahun karna wajib pajak harus mendatangi kantor samsat sesuai dengan domisili kendaraan masing-masing untuk melakukan penggantian pelat registrasi kendaraan. Meninjau dari situasi di Indonesia bahwa belum ada inovasi untuk mencetak pelat registrasi kendaraan tanpa harus mendatangi kantor samsat sesuai domisili masing-masing. Masih terdapat keterbatasan dalam penulisan jurnal ini, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menguji penerapan *Strategy Digital* melalui *Co-Production* di Kantor P3D Wilayah Kabupaten Bandung 1 Rancaekek. Melihat bahwa inovasi Samsat J'bret digunakan di seluruh kantor samsat di Jawa Barat maka diharapkan obyek penelitian dapat diperluas ke kantor samsat di wilayah lain. Peneliti selanjutnya diimbau dapat mengembangkan bahasan dan dapat menggunakan sudut pandang strategi digital yang lain, sehingga dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bovaird, T., Loeffler, E., Yates, S., Van Ryzin, G., & Alford, J. (2021). International survey evidence on user and community co-delivery of prevention activities relevant to public services and outcomes. *Public Management Review*, 00(00), 1–23. <https://doi.org/10.1080/14719037.2021.1991665>
- Creswell W. John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dewi, D. C., Utami, V. Y., & Yusuf, S. Y. M. (2021). *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer*. 1, 1–12.

- Fitri, H. N., Muhammad, R. N., & Rosmiati, M. (2021). Analisis Kebijakan Penerapan E-SAMSAT Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada BAPENDA Provinsi Jawa Barat P. *Indonesian Accounting Research Journal*, 1(2), 339–348.
- Hill, C. J. (2000). Studying Governance and Public Management: Challenges and Prospects. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 10(2), 233–261. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a024269>
- Mergel, I., Edelman, N., & Haug, N. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*, 36(4), 101385. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.06.002>
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications Inc.
- Nabatchi, T., Sancino, A., & Cisilia, M. (2019). Varieties of Participation in Public Services: The Who, When, and What of Coproduction. *Public Administration Review*.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. A. N. (2011). *The Committee on Terminology of the American Institute of Certified Public Accountants.* ”. 12–51.
- Ramdani, A. (2020). ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP INOVASI LAYANAN APLIKASI SAMBARA (Samsat Mobile Jawa Barat). *Jurnal Academia Praja*, 3(01), 37–43. <https://doi.org/10.36859/jap.v3i01.141>
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands*.
- Safitri, Y., & Andari, R. N. (2015). PENGEMBANGAN CO-PRODUCTION: SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK (Best Practice pada Pelayanan Publik di Kota Bandung). *Jurnal Wacana Kinerja*, 18(1), 1–23.
- Saragih, A. H., Hendrawan, A., & Susilawati, N. (2019). Implementasi Electronic SAMSAT untuk Peningkatan Kemudahan Administrasi dalam Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor (Studi pada Provinsi Bali) daerah . Berlakunya otonomi daerah mendorong dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang salah berpotensi besar meni. *Jurnal ASET*, 11(1), 83–91. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.16420>
- Scupola, A., & Mergel, I. (2022a). Co-production in digital transformation of public administration and public value creation: The case of Denmark. *Government Information Quarterly*, 39(1), 101650. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101650>
- Scupola, A., & Mergel, I. (2022b). Co-production in digital transformation of public administration and public value creation: The case of Denmark. *Government Information Quarterly*, 39(1), 101650. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101650>
- Suaib, M. R. (2016). *Pengantar Kebijakan Publik*.
- Sutedi, A. (2022). *Hukum Pajak* (Tarmizi, Ed.). Sinar Grafika.
- Undang-Undang No.22 tahun 2009, Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Undang-undang nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- wijoyo, hadian, cahyono, yoyok, & ariyanto, aris. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal* (T. A. Marlin, Ed.). Insan Cendekia Mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih pada editor serta staf Jurnal Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi yang memberikan kesempatan untuk mempublikasikan artikel ini serta berkenan menelaah, me-review dan memberikan saran guna meningkatkan kualitas artikel ini. Tidak hanya itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih pada seluruh pihak yang sudah berkontribusi dalam melaksanakan penelitian guna mensukseskan publikasi artikel ini.