

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk memahami tantangan interaksi pengguna terhadap layanan chatbot berbasis artificial intelligence (AI) yang diterapkan di Kantor Layanan Informasi dan Pengaduan Direktorat Jenderal Pajak (KLIP DJP), khususnya dalam menjawab pertanyaan kompleks. Layanan chatbot ini dihadirkan sebagai bagian dari inovasi kebijakan publik dalam mendigitalisasi pelayanan perpajakan. Namun, masih banyak pengguna yang lebih memilih untuk terhubung langsung dengan agen manusia, terutama ketika chatbot tidak mampu menangani permasalahan yang bersifat kompleks, emosional, atau membutuhkan validasi administratif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teori utama yang digunakan adalah teori Inovasi Kebijakan oleh Rogers (2003) dan teori Kualitas Layanan Elektronik oleh Parasuraman et al. (2005). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pegawai internal DJP dan pengguna layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi-dimensi seperti efisiensi, pemenuhan, ketersediaan system, privasi, daya tanggap, dan kontak telah berjalan dengan baik, namun masih terdapat hambatan signifikan dalam kompensasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi chatbot tidak hanya ditentukan oleh kemajuan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan sistem dalam memahami konteks interaksi, merespons pertanyaan kompleks secara manusiawi, serta menyediakan jalur komunikasi alternatif yang empatik. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi komunikasi digital yang inklusif dalam konteks pelayanan publik perpajakan.

Kata kunci: Chatbot, Kecerdasan Buatan, Inovasi Kebijakan Publik, Kualitas Layanan Elektronik, Direktorat Jenderal Pajak

ABSTRACT

This study aims to explore the challenges of user interaction with an artificial intelligence (AI)-based chatbot implemented at the Office of Tax Information and Complaint Service (KLIP DJP) in responding to complex inquiries. The chatbot is introduced as part of a public policy innovation in digitalizing tax services. However, many users still prefer to engage directly with human agents, particularly when dealing with complex, emotionally nuanced, or administratively sensitive issues that the chatbot cannot effectively resolve.

This research adopts a qualitative descriptive approach, drawing upon Rogers' Diffusion of Innovations Theory (2003) and the Electronic Service Quality (E-SERVQUAL) framework by Parasuraman et al. (2005) as the primary theoretical foundations. Data were collected through in-depth interviews with both internal staff at the Directorate General of Taxes and service users. The results of the study show that dimensions such as efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, and contact have been running well, but there are still significant obstacles in compensation.

These findings suggest that the success of chatbot adoption is not solely determined by technological sophistication, but also by the system's ability to interpret interactional context, respond humanely to complex questions, and provide empathetic alternative communication pathways. This study offers valuable insights for the development of inclusive digital communication strategies within the realm of public service innovation, particularly in the context of tax administration.

Keywords: *Chatbot, Artificial Intelligence, Public Policy Innovation, Electronic Service Quality, Directorate General of Taxes*