

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu rencana kerja yang terstruktur dalam hal hubungan-hubungan antar variabel secara komprehensif sedemikian rupa agar hasil penelitiannya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian sehingga untuk mendapatkan kebenaran objektif dalam mengumpulkan data diperlukan desain penelitian. Desain penelitian ini adalah suatu rancangan bentuk/model suatu penelitian.

Untuk penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif menurut Nazir (2003: 54) ialah:

Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok usia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sedangkan menurut Masyhuri (2008: 34) menyatakan bahwa “penelitian deskriptif adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik, dari suatu kelompok suatu daerah.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menyelidiki fakta-fakta dari gejala atau masalah yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara sistematis, faktual, dan akurat. Adapun alasan penulis menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini

adalah untuk menggambarkan efektivitas penerimaan Pajak Reklame dan kontribusinya terhadap PAD kota Bekasi.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Masyhuri (2008: 122) mendefinisikan “variabel adalah sesuatu yang berubah-ubah atau tidak tetap”. Variabel juga dapat diartikan sebagai konsep dalam bentuk kongkrit atau bentuk operasional. Sedangkan Kringler (dalam Sugiyono, 2008: 3) menyatakan bahwa ‘variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Variabel dapat dikatakan suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda.’ Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah :

1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame

Efektivitas pajak reklame adalah ukuran keberhasilan atau kegagalan dari pajak atas penyelenggaraan reklame yang diukur melalui hasil pungutan pajak reklame dengan potensi pajak reklame itu sendiri.

2. Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan asli daerah adalah salah satu bagian dari pendapatan keuangan daerah yang diperoleh dari sumber-sumber pendapatan dalam daerahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan menjadi salah satu modal dasar pemerintahan daerah untuk membiayai pembangunan dan memenuhi belanja daerahnya sendiri.

Variabel dalam penelitian ini adalah efektivitas pemungutan pajak reklame dan pendapatan asli daerah.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Efektivitas pajak	Efektivitas pajak reklame	Efektivitas Pajak Reklame diukur melalui : - Potensi dengan cara : $\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Potensi Pajak Reklame}} \times 100\%$ -Target dengan cara : $\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$ Simanjuntak (Halim, 2004:93)	Rasio
Pendapatan Asli Daerah (PAD)	Kontribusi pajak reklame terhadap PAD	Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD diukur dengan cara : $\frac{X}{Z} \times 100\%$ X : Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Z : Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah	Rasio

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Riduwan (2004 : 106) “data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.” Menurut Arikunto (2006: 129) yang dimaksud dengan sumber data adalah “subjek dari mana data dapat diperoleh.” Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder menggunakan *time series* atau menggunakan runtut waktu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam hal ini dari Dinas

Pendapatan Daerah Kota Bekasi. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah Laporan APBD Kota Bekasi dari tahun 2007-2011.

Data yang diambil untuk penelitian dimulai dari tahun 2007-2011 hal ini dikarenakan data yang tersedia di Dispenda Kota Bekasi hanya dari tahun 2007 dan yang terbaru tahun 2011.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006: 231) “studi dokumentasi adalah cara mengumpulkan data yang dilakukan melalui mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.” Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu metode yang dilakukan dengan pengumpulan data dengan mempelajari dokumen-dokumen serta catatan-catatan di bagian yang terkait dengan masalah yang diteliti. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa laporan APBD Kota Bekasi dari tahun 2007-2011.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Untuk mengetahui tentang analisis efektivitas pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah, penulis melakukan pengolahan data dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Nurhayati, 2014

Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bekasi Tahun 2007-2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Menghitung potensi pajak reklame dari tahun 2009-2011.

Potensi pajak reklame dapat diartikan kekuatan sebenarnya dari pajak reklame. Adapun rumus perhitungan potensi yang digunakan oleh penulis untuk mengetahui efektivitas pajak reklame yang dikelola oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Bekasi adalah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bekasi No. 15 tahun 2007. Berikut adalah rumus perhitungan potensi pajak reklame Kota Bekasi :

$$\begin{aligned} \text{Potensi Reklame} &= (\text{Luas} \times \text{Tarif} \times \text{Lama Pasang}) \\ &+ (\text{Nilai Klasifikasi Jalan} + \text{Nilai Lokasi Jalan}) \times 25\% \end{aligned}$$

Sumber : Peraturan Daerah Kota Bekasi

2. Menyusun tabel analisis tingkat efektivitas pajak reklame

Efektivitas adalah perbandingan rasio antara penerimaan dengan target pajak reklame yang telah ditetapkan setiap tahunnya berdasarkan potensi yang sesungguhnya. Adapun rumus efektivitas berdasarkan target yang telah ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Sumber : Simanjuntak (Halim, 2004: 93)

Sedangkan rumus efektivitas berdasarkan potensi menurut Daud (Halim, 2004: 164) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Potensi Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Untuk mengukur nilai efektivitas secara lebih rinci digunakan kriteria berdasarkan Kepmendagri No. 690.900.327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian dan Kinerja Keuangan yang disusun dalam tabel 3.2 :

Tabel 3.2
Tabel Interpretasi Nilai Efektivitas

Persentase	Kriteria
> 100%	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
60-80%	Kurang Efektif
< 60%	Tidak Efektif

Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 690.900.327 tahun 1996

- Menyusun tabel analisis kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan pendapatan asli daerah, menurut Daud (Halim, 2004: 16) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah} = \frac{X}{Y} \times 100 \%$$

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD} = \frac{X}{Z} \times 100 \%$$

Keterangan :

X = Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Y = Realisasi Penerimaan Pajak Daerah

Z = Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan pendapatan asli daerah, dengan membandingkan hasil analisis tersebut dari tahun 2007 sampai dengan

tahun 2011 sehingga akan diketahui kontribusi yang terbesar dan yang terkecil dari tahun ke tahun. Untuk menilai tingkat rasio kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan pendapatan asli daerah dapat diinterpretasikan pada kriteria yang telah disusun oleh tim Litbang Depdagri Fisipol UGM Tahun 1991 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai Kontribusi

Persentase	Kriteria
Rasio 0,00-10,00%	Sangat Kurang
Rasio 10,00-20,00%	Kurang
Rasio 20,10-30,00%	Sedang
Rasio 30,10-40,00%	Cukup
Rasio 40,10-50,00%	Baik
Rasio diatas 50,00%	Sangat Baik

Sumber : Litbang Depdagri Fisipol UGM