

BAB III

DESAIN PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana yang disusun secara ilmiah untuk menggambarkan secara rinci keseluruhan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan agar dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Menurut Arkunto (2013:51) desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti sebagai perencanaan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Metode penelitian merupakan langkah, tahapan serta prosedur yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji. Sugiyono (2012:2) menjelaskan metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian deskriptif.

Penelitian deskriptif menurut Mulyadi (2011:132) dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial. Adapun pengertian lain menurut Sugiyono (2013:89) adalah rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variable satu dengan lainnya.

B. Operasionalisasi Variabel

Variabel menurut Indriantoro dan Supomo (2014:61) adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai. Teori mengekspresikan fenomena-fenomena secara sistematis melalui pernyataan hubungan antar variabel. Variabel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Potensi Pajak Reklame ialah kemampuan yang dimiliki dalam hal penerimaan pajak daerah pada pajak reklame akan tetapi kemampuan tersebut belum dilakukan secara optimal.

2. Efektivitas menurut Mardiasmo (2013:134) efektivitas pajak daerah adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pajak Reklame	Potensi Pajak Reklame	$PPrk = R \times S \times D \times Pr$ PPrk : Potensi Pajak Reklame R : Jumlah Reklame S : Nilai Sewa Reklame D : Lama Pemasangan Pr : Tarif Reklame Prakoso (2005:151)	Rasio
	Efektivitas Pajak Reklame	Efektivitas Target= $\frac{Realisasi PR}{Target PR} \times 100\%$ Halim (2004:93)	Rasio

C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Berkala (*time series*) yang merupakan nilai pengamatan suatu periode waktu diasumsikan dipengaruhi oleh nilai pengamatan pada periode waktu sebelumnya. Data ini menggambarkan sesuatu dari waktu ke waktu.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh, dalam penelitian ini penulis menggunakan data:

a) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil dari catatan atau sumber lain yang telah diolah. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan realisasi anggaran dan belanja daerah Kota Bandung Tahun 2013-2018 yang bersumber dari Badan Pengelola Keuangan Aset Daerah

Kota Bandung dan Target realisasi pajak daerah Kota Bandung Tahun 2013-2018 yang bersumber dari Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Bandung.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh peneliti guna mengumpulkan data dan hal-hal lainnya dalam melakukan penelitian. Data yang diperoleh oleh penulis merupakan data sekunder . Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dalam penelitian ini data diperoleh dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BPPD). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dalam memperoleh data yang berhubungan dengan tema penulisan penelitian yaitu dengan :

1. Metode Dokumentasi

Menurut Arkunto (2010:231) “metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya”. Dalam penelitian ini data yang digunakan berupa laporan-laporan pendapatan daerah yang dimiliki Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BPPD) serta Laporan Realisasi Anggaran dan Belanja Daerah yang dimiliki Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset (BPKA) Kota Bandung.

Selain menggunakan data LRA penelitian ini juga menggunakan data dari Peraturan Walikota Bandung Nomor 1149 Tahun 2013 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame untuk mengetahui besaran tarif pajak reklame yang dikenakan dan data jumlah reklame yang dikenakan pajak.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2017:428) adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam teori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola

memilih yang penting dan akan dipelajari adalah potensi, target dan realisasi serta membuat kesimpulan.

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang selanjutnya dianalisis menjadi potensi dan efektivitas pajak reklame. Berikut ini merupakan pengolahan data dalam menghitung potensi dan efektivitas sebagai berikut :

1. Menghitung besar potensi pajak reklame

Analisis potensi yang ada dapat menjadi pembanding penerimaan untuk masa yang akan datang maka akan didapatkan besarnya potensi yang terpendam agar dapat diperkirakan rencana tindakan untuk tahun selanjutnya dan dapat menentukan besarnya rencana penerimaan yang akan datang. Untuk menghitung potensi perolehan pajak reklame yang seharusnya diterima oleh Kota Bandung adalah dengan menghitung Nilai Sewa Reklame (NSR) sebelum menghitungnya terlebih dahulu harus menghitung Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dan Nilai Strategis Pemasangan Pajak Reklame (NSPR). Untuk menghitung besar potensi pajak reklame berikut merupakan langkah-langkah dalam perhitungannya :

a. Menghitung Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)

$$\text{NJOPR} = (\text{Ukuran Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame})$$

b. Menghitung Nilai Strategis Pemasangan Pajak Reklame (NSPR)

$$\text{NSPR} = (\text{NFR} + \text{NSP} + \text{NFJ}) \times \text{Harga Dasar NSPR}$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

- a. Nilai Fungsi Jalan (NFJ)
- b. Nilai Fungsi Ruang (NFR)
- c. Nilai Sudut Pandang (NSP)
- c. Menghitung Nilai Sewa Reklame (NSR)

$$\text{NSR} = \text{NJOPR} + \text{NSPR}$$

- d. Setelah mendapatkan perhitungan diatas maka potensi pajak reklame dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Potensi Reklame (PPrk)} = R \times S \times D \times Pr$$

(Prakosa, 2005, 151)

Dengan keterangan sebagai berikut :

PPrk : Potensi pajak reklame

R : Jumlah reklame

S : Nilai sewa reklame

D : Lama pemasangan

Pr : Tarif reklame

2. Menghitung analisis tingkat efektivitas pajak reklame

1. Melakukan pengumpulan data dari dokumen yang dimiliki Kota Bandung berupa Laporan Realisasi Anggaran (LRA) dan data target realisasi pajak daerah tahun 2013-2018
2. Memasukan data target dan realisasi pajak reklame kedalam suatu tabel untuk menghitung selisih antara target dan realisasi.
3. Menghitung persentase efektivitas target pajak reklame dengan rumus:

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

(Halim, 2004:93)

4. Setelah mempelajari dan mengkaji data perbandingan target dan realisasi kemudian ditetapkan kedalam kriteria efektivitas. Berikut ini merupakan table untuk mengukur kriteria kinerja keuangan pemerintah daerah yang disusun berdasarkan Kepmendagri No. 609.900.327 tahun 1996 tentang pedoman penilaian dan kinerja keuangan pemerintah daerah (dalam Widiangsih, 2009).

Tabel 3.2
Interpretasi Nilai Efektivitas

Interval	Tingkat Efektifitas
0% - 60%	Tidak Efektif
61% - 80%	Kurang Efektif
81% - 90%	Cukup Eketif
91% - 100%	Efektif
> 100%	Sangat Efektif

Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 609.900.327 tahun 1996

5. Menarik Kesimpulan.

