

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif. Menurut Sugiyono (2009: 207) “metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel melalui pengujian sebuah hipotesis yang diajukan.

#### **3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Definisi Variabel**

###### **1. Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame**

Pengertian Kontribusi menurut Suprian A.S (1996: 4) bahwa: “Kontribusi adalah sumbangan suatu variabel terhadap variabel yang lain”. Efektivitas adalah mengukur hubungan antara hasil suatu pajak dengan potensi pajak itu sendiri. (Abdul Halim,2004: 93)

Menurut UU No. 28 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 26, “pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame”. Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 8 tahun 2003 tentang Pajak Reklame,

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corakragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang di

tempat atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

## 2. Variabel Dependen (Pendapatan Asli Daerah)

Menurut Pasal 18 UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah, "PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan".

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame (X)	Efektivitas pajak reklame adalah perbandingan atau rasio antara penerimaan dengan target pajak reklame yang telah ditetapkan setiap tahunnya berdasarkan potensi sesungguhnya.	Besarnya penerimaan pajak reklame yang diperoleh dari: a. Reklame papan/billboard/videotron/megatron b. Reklame kain c. Reklame melekat ( <i>stiker</i> ) d. Reklame selebaran e. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan f. Reklame udara g. Reklame suara h. Reklame film/ <i>slide</i> i. Reklame peragaan	Rasio

Pendapatan Asli Daerah (Y)	Penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.	Besarnya jumlah realisasi PAD yang berasal dari:  1. Hasil Pajak Daerah 2. Hasil Retribusi Daerah 3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan 4. Lain-lain PAD yang Sah	Rasio
----------------------------	--	---	-------

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Jenis data yang terdapat dalam penelitian ini adalah data *time series*. Data *time series* atau berkala adalah data yang datanya menggambarkan sesuatu dari waktu ke waktu atau periode secara historis.

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah Nota Perhitungan APBD yang terdapat dalam Laporan Pertanggungjawaban Walikota Bandung tahun anggaran 2001 sampai 2010.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data untuk penelitian ini diperoleh dari sumber data sekunder dengan cara dokumentasi, yaitu dengan melakukan penelaahan terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nota Perhitungan APBD Kota Bandung tahun anggaran 2001 sampai 2010.

### 3.5 Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode data sekunder, yang dilakukan untuk mengukur suatu fenomena penelitian dengan menggunakan indikator rasio keuangan daerah, yang digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai mekanisme penerimaan pajak reklame di kota Bandung dari data kuantitatif serta untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pemerintah daerah, berikut teknik analisisnya:

#### 1) Efektivitas

Efektivitas adalah perbandingan atau rasio antara penerimaan dengan target pajak reklame yang telah ditetapkan setiap tahunnya berdasarkan potensi yang sesungguhnya. Adapun rumusnya perhitungan efektivitas menurut Abdul Halim (2004: 93) adalah sebagai berikut:

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

Dalam perhitungan efektivitas menurut Abdul Halim (2008: 234) apabila yang dicapai minimal satu atau 100% maka rasio efektivitas semakin baik, artinya semakin baik pajak reklame.

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 berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Kinerja Keuangan**

<b>Presentase Kinerja Keuangan</b>	<b>Kriteria</b>
Di atas 100%	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
60-80%	Kurang
Kurang dari 60%	Tidak Efektif

Sumber :Depdagri, Kepmendagri No.690.900.327 tahun 1996

### **Laju Pertumbuhan PAD**

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menghitung besarnya pertambahan variabel X dan Y dengan cara data pada tahun ke-n dikurangi data pada tahun sebelumnya dan dibagi data pada tahun sebelumnya lalu dikali 100%. Jika dirumuskan, maka:

$$\text{Pertambahan variabel} = \frac{x_t - x_{t-1}}{x_{t-1}} \times 100\%$$

### **2) Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD**

Pengertian Kontribusi menurut Suprian A.S (1996:4) bahwa:  
“Kontribusi adalah sumbangan suatu variabel terhadap variabel yang lain”.

Digunakan rumus sebagai berikut:

Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD = $\frac{x}{z} \times 100\%$
Kontribusi Pajak Reklame terhadap pajak daerah = $\frac{x}{y} \times 100\%$

Sumber: Abdul Halim (2004: 163)

Keterangan:

x = realisasi penerimaan pajak reklame

y = realisasi penerimaan pajak daerah

z = realisasi penerimaan PAD

Kontribusi pajak reklame PAD, kemudian dinilai berdasarkan criteria yang telah disusun oleh Tim Litbang Depdagri Fisipol UGM tahun 1991 yang disusun dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Kinerja Keuangan**

<b>Presentase Kinerja Keuangan</b>	<b>Kriteria</b>
0-10,00%	Sangat Kurang
10,10-20,00%	Kurang
20,10-30,00%	Cukup
30,10-40,00%	Sedang
40,10-50,00%	Baik
>50,00%	Sangat Baik

Sumber :Depdagri, Kepmendagri No.690.900.327 tahun 1996