

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu rencana atau rancangan yang disusun secara terstruktur untuk menggambarkan secara rinci keseluruhan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan. Menurut Arikunto (dalam Rismawan, 2019:56) desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti sebagai perencanaan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Metode penelitian merupakan tahapan secara ilmiah yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian dalam rangka menguji dan memecahkan suatu masalah peneliti. Menurut Sugiyono (dalam Rismawan, 2019:56) 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 metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2008:11) metode deskriptif yaitu “metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan anatara variabel satu dengan variabel lainnya.”

Tujuan utama metode deskriptif bukan untuk menguji suatu hubungan antarvariabel saja, tetapi menggambarkan fakta-fakta yang relevan dengan fenomena yang menjadi perhatian peneliti. Dengan menggunakan metode deskriptif ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau deskripsi mengenai bagaimana dan seberapa besar potensi, tingkat efektivitas serta kontribusi pajak reklame di kota Cimahi.

B. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017) Variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam

penelitian ini adalah pajak reklame yang akan dihitung potensinya, tingkat efektivitas pemungutan, serta kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah.

- 1) Pajak Reklame adalah pajak yang dipungut atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah sarana atau alat untuk menyampaikan informasi, menawarkan, mempromosikan, dan menghadirkan produk atau layanan kepada publik menggunakan gambar dan kata-kata yang menarik.
- 2) Potensi Pajak Reklame adalah kemampuan yang dimiliki suatu daerah dalam hal penerimaan pada pajak reklame akan tetapi kemampuan tersebut belum dilakukan secara optimal.
- 3) Efektivitas Pajak Reklame adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif.
- 4) Kontribusi pajak reklame adalah seberapa besar kontribusi dan sumbangan yang telah diberikan pajak reklame dalam penerimaan pajak daerah dan penerimaan Pendapatan Asli Daerah.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pajak Reklame	Potensi Pajak Reklame	$PPrk = R \times S \times D \times Pr$ Keterangan: PPrk : Potensi Pajak Reklame R = Jumlah Reklame S = Nilai Sewa Reklame D = Lama Pemasangan Pr = Tarif Reklame Prakosa (2005 : 151)	Rasio
	Efektivitas Pajak Reklame	Efektivitas Target = $\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Pajak Reklame}} \times 100\%$ Halim (2004:93)	Rasio
	Kontribusi Pajak Reklame	Kontribusi Pajak Reklame = $\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$ Mahmudi (2010:131)	Rasio

C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data

Sutarman (2012:3) mengatakan data adalah fakta dari sesuatu pernyataan yang berasal dari kenyataan, dimana pernyataan tersebut merupakan hasil pengukuran atau pengamatan. Data dapat berupa angka-angka, huruf-huruf, simbol-simbol khusus, atau gabungan darinya.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data time series, yaitu data yang menggambarkan sesuatu dari waktu ke waktu, dan data yang disajikan dalam penelitian ini yaitu laporan realisasi anggaran pajak daerah Kota Cimahi dan laporan realisasi anggaran pajak reklame Kota Cimahi tahun anggaran 2015 sampai dengan 2019.

2. Sumber Data

Indriantoro dan Supomo (2012:146-147) membagi data berdasarkan sumbernya menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Data primer, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara.
- b. Data sekunder, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Adapun data skunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Realisasi Pendapatan daerah Kota Cimahi Tahun 2015-2019 yang bersumber dari Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi.

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 Dinas Pendapatan Kota Cimahi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dalam memperoleh data yang berhubungan degan tema

penulisan peneliti yaitu dengan metode dokumentasi.

Menurut Arikunto (2010:231) “metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya”. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan Realisasi Pendapatan daerah Kota Cimahi Tahun 2015-2019 yang berisi data mengenai target dan realisasi penerimaan pendapatan daerah khususnya pajak daerah Kota Cimahi yaitu pajak reklame, data tersebut diperoleh melalui studi dokumentasi dari BAPPENDA (Badan Pengelola Pendapatan Daerah) Kota Cimahi.

Selain menggunakan dokumen laporan realisasi pendapatan daerah, penelitian ini juga mengumpulkan data yang digunakan untuk menghitung potensi pajak reklame dari Peraturan Walikota Cimahi No.5 tahun 2015 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 (2010:244) adalah proses mencari atau menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini guna mencapai tujuan penelitian adalah menghitung seberapa besarnya potensi penerimaan pajak reklame, menghitung efektivitas pajak reklame, serta menghitung besarnya kontribusi pajak reklame terhadap PAD.

1. Menghitung Besar Potensi Pajak Reklame

Potensi adalah sejumlah penerimaan yang bisa diraih oleh suatu institusi yang jumlahnya terletak di atas sasaran yang sudah ditetapkan. Dalam perihal tingkatan sasaran penerimaan pajak reklame butuh dilihat kemampuan yang terdapat pada penerimaan pajak reklame itu sendiri. Dalam hal meningkatkan target penerimaan pajak reklame, perlu dilihat dari potensi yang ada pada penerimaan pajak reklame itu sendiri.

Sebelum menghitung potensi penerimaan pajak reklame, maka terlebih dahulu peneliti harus mengetahui jumlah reklame yang terdaftar dan tarif pajak reklame yang berlaku, lalu menghitung Nilai Sewa Reklame (NSR). Kerena menurut Prakosa (2005 : 151) rumus untuk menghitung potensi penerimaan pajak reklame adalah sebagai berikut:

$$PPrk = R \times S \times D \times Pr$$

Keterangan:

PPrk = Potensi Pajak Reklame

R = Jumlah Reklame

S = Nilai Sewa Reklame

D = Lama Pemasangan

Pr = Tarif Reklame

Dalam menentukan NSR maka terlebih dahulu mengetahui Nilai strategis, jumlah pesanan serta lama pemasangan reklame. Karena Dalam Peraturan Walikota Cimahi No.5 tahun 2015, NSR dihitung sebagai berikut:

$$NSR = \text{nilai strategis} \times \text{jumlah pemasangan} \times \text{lama pemasangan}$$

Nilai srstrategis pajak reklame dihitung dengan menjumlahkan harga dasar faktor kawasan, ukuran Reklame, sudut pandang Reklame dan kelas Jalan sesuai dengan jenis Reklame.

2. Menghitung Analisis Tingkat Efektivitas Pajak Reklame

Efektivitas merupakan perbandingan antara realisasi penerimaan yang kemudian dibandingkan dengan potensi penerimaan. Teknik peneliti dalam menganalisis tingkat efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut:

- a) Melakukan pengumpulan data dari dokumen yang dimiliki Kota Cimahi berupa laporan realisasi anggaran dan data target realisasi pajak daerah tahun 2015-2019;
- b) Memasukan data target dan realisasi pajak reklame kedalam suatu tabel untuk menghitung selisih antara target dan realisasi;
- c) Menghitung persentase efektivitas pajak reklame dengan rumus:

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

(Halim, 2004:93)

- d) 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
Interprestasi Nilai Efektivitas

Presentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
91%-100%	Efektif
81%-90%	Cukup Efektif
61%-80%	Kurang Efektif
0%-60%	Tidak Efektif

Sumber : Depdagri, Kepmendagri No. 609.900.327 tahun 1996

- e) Menarik kesimpulan
3. Menghitung Besarnya Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD

Kontribusi adalah sumbangan suatu variabel terhadap variabel yang lain. Teknik peneliti dalam menganalisis tingkat kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah sebagai berikut:

- a) Melakukan pengumpulan data dari dokumen yang dimiliki Kota Cimahi berupa laporan realisasi pendapatan daerah Kota Cimahi tahun 2015-2019;
- b) Memasukan data realisasi pajak reklame dan realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) kedalam suatu tabel untuk menghitung selisih antara target dan realisasi;
- c) Menghitung persentase kontribusi pajak reklame dengan rumus:

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

(Mahmudi, 2010:131)

- d) Setelah mempelajari dan mengkaji data perbandingan realisasi pajak reklame dan realisasi PAD kemudian ditetapkan kedalam kriteria kontribusi. Berikut ini merupakan tabel untuk mengukur kriteria kinerja keuangan pemerintah daerah yang disusun oleh Tim Litbang Depdagri Fisipol UGM Tahun 1991 tentang pedoman penilaian dan kinerja keuangan pemerintah daerah (dalam Handoko, 2013).

Tabel 3.3
Kriteria Kontribusi

Presentase	Kriteria
>50%	Sangat Baik
40%-50%	Baik
30%-40%	Cukup Baik
20%-30%	Sedang
10%-20%	Kurang
0%-10%	Sangat Kurang

Sumber: Tim Litbang Depdagri-Fisipol UGM 1991

- e) Menarik kesimpulan