

BAB III

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Untuk memudahkan penulis menganalisis dan menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah dikumpulkan maka peneliti perlu menentukan desain atau metode yang tepat. Menurut Sugiyono (2004:3-4) mengungkapkan bahwa, "metode penelitian sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan, dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan menjadi suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Adapun metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Moh. Nazir (2003:54) mendefinisikan bahwa metode deskriptif adalah "suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang". Dalam metode deskriptif akan dilakukan pengumpulan data dan penyusunan data, analisis data, interpretasi arti data yang telah dikumpulkan antar variabel yang diteliti.

Alasan penulis menggunakan metode ini karena tujuan metode ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran serta lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Data yang penulis peroleh disusun, dijelaskan, dianalisis dan akhirnya diperoleh kesimpulan.

3.2 Definisi Variabel

Merujuk pada pernyataan Sugiyono (2006:2) bahwa variabel merupakan suatu atribut atau suatu sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Yang menjadi variabel penelitian dalam penelitian ini adalah Efektivitas dan Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame, serta kontribusinya terhadap penerimaan pajak daerah. Adapun definisi variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas pemungutan pajak reklame adalah perbandingan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target pajak reklame yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan potensi riil daerah.
2. Efisiensi pemungutan pajak reklame adalah perbandingan antara biaya yang dikeluarkan untuk pemungutan pajak reklame dengan realisasi penerimaan pajak reklame.
3. Kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah adalah sumbangan dari penerimaan pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah.

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Di dalam penelitian ilmiah tidak terlepas dari sumber data yaitu populasi dan sampel. Dan agar lebih mengarah dalam pengambilan data untuk kepentingan pemecahan masalah dalam penelitian ini, maka perlu ditetapkan populasinya. Sugiyono (2006:55) mengemukakan bahwa, "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dengan demikian dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek yang dapat terdiri dari manusia, benda datau peristiwa sebagai sumber data yang akan diteliti. Berdasarkan pengertian di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Nota Perhitungan Realisasi Anggaran dan Belanja Daerah (APBD).

3.3.2 Teknik Sampling

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, maka digunakan teknik sampling. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability sampling dengan pendekatan *Sampling Jenuh*. Adapun definisi dari Sampling Jenuh (Sugiyono, 2006:61) adalah "Teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel".

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah Nota Perhitungan Realisasi Anggaran dan Belanja Daerah (APBD) untuk tahun 2001 sampai 2006.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari Dipenda Kabupaten Majalengka yang berupa Nota Perhitungan Realisasi Anggaran dan Belanja Daerah. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. (Husein Umar, 2001:84).

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, maka digunakan teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Telaah dokumentasi, yaitu dilakukan untuk mendapatkan data-data dengan mempelajari dan meneliti dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.
2. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dan pihak yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti guna melakukan konfirmasi data yang dibutuhkan dan melengkapi data yang tidak diperoleh melalui telaah dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif, maka untuk menganalisis data yang telah terkumpul, data diolah dengan menghitung data-data yang berbentuk kuantitatif (angka-angka) dan dinyatakan

dengan data kualitatif untuk menginterpretasikan hasil data perhitungan tersebut serta menyertai dan melengkapi gambaran yang diperoleh dari analisis data kualitatif untuk memecahkan masalah yang diteliti yang akhirnya akan menarik kesimpulan dari pengolahan data tersebut. Adapun langkah-langkah pengolahan datanya adalah sebagai berikut :

1. Menyusun tabel analisis tingkat efektivitas dan efisiensi pemungutan Pajak reklame

Untuk menghitung efektivitas pajak reklame, maka rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Efektivitas Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Target berdasarkan potensi riil}} \times 100\%$$

Adapun kriteria yang akan digunakan untuk menilai efektivitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kinerja Keuangan

Persentase Efektivitas	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 (dalam Yuni Mariana, 2005)

Sedangkan untuk menghitung efisiensi pajak reklame digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi Pajak Reklame} = \frac{\text{Biaya Pemungutan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Kriteria yang akan digunakan untuk menilai efisiensi pajak reklame ini adalah pengelolaan pemungutan pajak reklame dikatakan efisien apabila rasio efisiensi atau rasio biaya pungut tidak melebihi dari 5% (Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 35 Tahun 2002).

2. Menyusun tabel analisis perkembangan dan laju pertumbuhan pajak reklame

Untuk menghitung laju pertumbuhan pajak reklame dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$G_x = \frac{X_t - X_{(t-1)}}{X_{(t-1)}}$$

(Abdul Halim dalam Basdi Ati, 2007)

Keterangan:

G_x = Laju Pertumbuhan pajak reklame daerah pertahun

X_t = Realisasi Penerimaan pajak reklame tahun tertentu

$X_{(t-1)}$ = Realisasi Penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya

3. Menyusun tabel analisis perkembangan dan laju pertumbuhan pajak daerah

Data mengenai realisasi penerimaan pajak daerah dibutuhkan dalam menghitung kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah. Oleh karena itu, penulis merasa perlu mengetahui bagaimana perkembangan realisasi penerimaan pajak daerah, untuk itu disusun tabel perkembangan dan laju pertumbuhan pajak

daerah, kemudian dilakukan analisis mengenai perkembangan dan laju pertumbuhan pajak daerah tersebut. Rumus untuk menghitung perkembangan dan laju pertumbuhan realisasi penerimaan pajak daerah ini sama halnya dengan rumus yang digunakan dalam perkembangan dan laju pertumbuhan pajak reklame.

2. Menyusun tabel analisis kontribusi pajak reklame terhadap Pajak Daerah

Untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah, maka untuk mengklasifikasikan kriteria kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah digunakan rumus sebagai berikut:

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

(Basdi Ati, 2007:55)

Adapun kriteria yang digunakan untuk menilai kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interpretasi nilai kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah

Persentase	Kriteria
Rasio 0,00 – 10,00%	Sangat Kurang
Rasio 10,10 – 20,00%	Kurang
Rasio 20,10 – 30,00%	Sedang
Rasio 30,10 – 40,00%	Cukup
Rasio 40,10 – 50,00%	Baik
Rasio di atas 50%	Sangat Baik

Sumber: Tim Litbang Depdagri-Fisipol UGM,1991 (dalam Yuni Mariana, 2005)