

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2), “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.” Metode penelitian yang digunakan dalam suatu penelitian, turut menentukan keberhasilan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif analitik. Menurut Trafer Travens (dalam Husain Umar, 2001:21) mengemukakan bahwa:

Metode deskriptif analitik adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan data yang sifatnya aktual dan dilanjutkan dengan menganalisis untuk mencari hubungan, kaitan, pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian kausal. Desain kausal adalah desain penelitian yang bersifat sebab akibat. Jadi, dalam suatu penelitian terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi), Sugiyono (2009:37).

Menurut Husein Umar (2001:63), “Desain kausal berguna untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.”

3.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Variabel dapat diartikan sebagai sesuatu yang dijadikan objek penelitian sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Suharsimi Arikunto (2006:96) mengemukakan bahwa, “Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.” Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2009:39), “Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.” Pada penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah efektivitas pemungutan pajak reklame. Menurut Agus Budiyanto (dalam Abdul Halim, 2002:134), “Efektivitas pemungutan pajak reklame merupakan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pemungutan pajak reklame yang direncanakan sesuai dengan target yang telah ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah.”

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2009:39), “Suatu variabel dikatakan variabel dependen jika variabel tersebut dipengaruhi variabel lainnya (variabel independen).” Pada penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah tingkat kemandirian keuangan daerah. Pengukuran tingkat kemandirian keuangan daerah ditunjukkan oleh besar kecilnya PAD dibandingkan dengan total

penerimaan daerah. Tingkat kemandirian keuangan daerah menggambarkan rasio ketergantungan daerah terhadap sumber dana eksternal. Abdul Halim (2008:233) menyatakan bahwa:

Semakin tinggi rasio kemandirian keuangan daerah mengandung arti bahwa tingkat ketergantungan daerah terhadap bantuan pihak eksternal (terutama pemerintah pusat dan provinsi) semakin rendah. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah tingkat rasio kemandirian keuangan daerah berarti tingkat ketergantungan daerah terhadap bantuan pihak eksternal semakin tinggi.

Secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen (X) Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame	Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame: $\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$ Rasio Efektivitas = $\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$ Target Penerimaan Pajak Reklame berdasarkan potensi riil daerah	Rasio
Variabel Dependen (Y) Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah	Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah : $\text{Rasio Kemandirian} = \frac{\text{Pendapatan Asli Daerah}}{\text{Total Penerimaan Daerah}} \times 100\%$	Rasio

3.3 Sumber Data Penelitian

Untuk keperluan pengujian hipotesis pada penelitian ini, maka diperlukan data yang relevan berupa data primer dan data sekunder dari unit analisis yang diteliti yaitu Pemerintah Kota Cimahi. Menurut Husein Umar (2001:69), data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu ataupun perorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel atau diagram-diagram.

Pada penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Cimahi yang terkait. Sedangkan untuk sumber data sekunder diperoleh dari Laporan Realisasi Penerimaan Daerah Kota Cimahi tahun 2004-2008 dan Data Potensi Pajak Reklame Kota Cimahi tahun 2004-2008.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Dokumentasi adalah mengumpulkan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, majalah, prasasti, notulan, legger, agenda dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data

dengan studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data dokumentasi berupa Laporan Realisasi Penerimaan Daerah Kota Cimahi tahun 2004-2008 dan Data Potensi Pajak Reklame dari tahun 2004-2008.

2. Wawancara adalah usaha pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak dalam suatu instansi yang memiliki kompetensi dalam objek yang diteliti. Wawancara memberikan banyak informasi kepada peneliti tentang data-data yang dibutuhkan dalam menunjang penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis mengadakan wawancara terstruktur (*structured interview*) dengan pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Cimahi. Dalam melakukan wawancara ini, sebelumnya penulis telah menyiapkan instrumen penelitian (pedoman wawancara) berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis sesuai dengan data-data yang ingin diperoleh dan tujuan penelitian.

3.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui beberapa tahap, yaitu :

1. Analisis potensi riil pajak reklame Kota Cimahi tahun 2004-2008.

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

(3.1)

Kesit Bambang Prakosa (2005:151)

Keterangan:

PPrk : Potensi Pajak Reklame

R : Jumlah Reklame

S : Ukuran/Luas Reklame

D : Jumlah Hari

Pr : Tarif Reklame

2. Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame (X) Kota Cimahi Tahun 2004-2008.

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame berdasarkan Potensi Riil Daerah}} \times 100\% \quad (3.2)$$

Abdul Halim (2008:234)

TABEL 3.2
RASIO EFEKTIVITAS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME

Rasio Efektivitas (%)	Kriteria
> 100 %	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
60-80%	Kurang Efektif
< 60%	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri No. 690.900.327, Depdagri

3. Analisis Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah (Y) Kota Cimahi Tahun 2004-2008.

$$\text{Rasio Kemandirian} = \frac{\text{PAD}}{\text{Total Penerimaan Daerah (TPD)}} \times 100\% \quad (3.3)$$

Abdul Halim (2008:232)

TABEL 3.3
RASIO KEMANDIRIAN KEUANGAN DAERAH

PAD/TPD (%)	Kemandirian Keuangan Daerah
< 10,00	Sangat kurang
10,01 – 20,00	Kurang
20,01 – 30,00	Cukup
30,01 – 40,00	Sedang
40,01 – 40,00	Baik
> 50,01	Sangat baik

Sumber: Departemen Dalam Negeri

3.5.2 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan Analisis Korelasi *Product Moment* dan Uji Koefisien Determinasi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian statistik adalah sebagai berikut:

3.5.2.1 Analisis Korelasi *Product Moment*

Analisis korelasi digunakan untuk menghitung koefisien korelasi yang menunjukkan derajat/tingkat keeratan variabel independent (X) yaitu efektivitas pemungutan pajak daerah terhadap variabel dependen (Y) yaitu tingkat kemandirian keuangan daerah. Besarnya koefisien korelasi yang dinyatakan dengan parameter (r) yaitu $-1 \leq r \leq 1$.

1. Apabila (-) terdapat hubungan negatif.
2. Apabila (+) terdapat hubungan positif.
3. Apabila $r = -1$ atau mendekati -1 , maka hubungan antara kedua variabel sempurna tapi bellawanan arah.

4. Apabila $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka hubungan antara kedua variabel sempurna dan searah.

Angka koefisien korelasi (r) pada umumnya dapat ditaksir dengan (r).

Untuk menaksir parameter tersebut, dapat dihitung dengan rumus korelasi

Product Moment yaitu

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}} \quad (3.4)$$

(Sugiyono, 2009: 183)

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
 X = Efektivitas pemungutan pajak daerah
 Y = Tingkat kemandirian keuangan daerah
 n = Besarnya periode tahun yang diteliti

Pada tabel 3.4 berikut ini, menyajikan tingkat Koefisien Korelasi (r) beserta interpretasinya.

TABEL 3.4
INTERPRETASI NILAI r

Besarnya Nilai r	Interpretasi
0,80 - 1,00	Tinggi
0,60 - 0,80	Cukup
0,40 - 0,60	Agak Rendah
0,20 - 0,40	Rendah
0,00 - 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2009:184)

3.5.2.2 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh efektivitas pemungutan pajak reklame terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah, maka dapat dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi/*coefficient of determination* (r^2). Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya kontribusi variabel X terhadap Y maka dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100 \% \quad (3.5)$$

(Sugiyono, 2009:184)

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

Nilai koefisien penentu berada di antara 0 – 100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh efektivitas pemungutan pajak reklame terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah, maka digunakan rancangan hipotesis sebagai berikut:

$H_1 : r \neq 0$: Hipotesis diterima, artinya efektivitas pemungutan pajak reklame mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah.

$H_0 : r = 0$: Hipotesis ditolak, artinya efektivitas pemungutan pajak reklame mempunyai pengaruh negatif terhadap tingkat kemandirian keuangan pemerintah daerah.