

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif digunakan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya agar dapat memberikan penjelasan tentang pengaruh dari variabel-variabel tersebut. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Sedangkan hubungan yang ada pada permasalahan penelitian yaitu hubungan sebab akibat, dimana didalamnya terdapat variabel Independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi sasaran, yakni populasi yang didapat dengan membatasi ruang lingkup data yang digunakan. Dalam penelitian ini, ruang lingkup data yang digunakan adalah penerimaan pajak reklame dan data penerimaan pajak di UPPD Kecamatan Kemayoran tahun 2013 sampai dengan 2016. Peneliti membatasi ruang lingkup data, karena peneliti ingin mengetahui secara spesifik pengaruh larangan reklame rokok di wilayah tersebut.

##### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh (sensus). Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampling bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Metode ini dipilih karena memiliki tingkat kesalahan yang sangat kecil dalam penelitian. Akan tetapi metode ini juga membutuhkan waktu yang lebih lama dalam mengolah data dibandingkan dengan menggunakan metode sampling yang lainnya.

### **3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Data Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh suatu organisasi atau lembaga atau perusahaan yang umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat digolongkan sebagai data internal, yaitu data yang diperoleh dari lembaga atau instansi yang bersangkutan yaitu UPPD Kecamatan Kemayoran dari tahun 2013 sampai dengan 2016 sesuai dengan diberlakukannya larangan penyelenggaraan reklame rokok pada tahun 2015.

#### **3.3.2 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan observasi secara langsung yaitu dengan mendatangi kantor UPPD Kemayoran yang berlokasi di Jalan Serdang III No. 1 Kantor Camat Kemayoran, Kota Administrasi Jakarta Pusat dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan sesuai dengan judul penelitian dari pegawai yang menangani masalah penerimaan pajak reklame. Penelitian memerlukan waktu penelitian selama 3 bulan terhitung sejak November 2018 sampai dengan Januari 2019.

### **3.4 Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan tipe variabel yang diduga dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel dependen yaitu pajak daerah dan pajak reklame.

### 3.4.1.1 Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan sumber utama dari penerimaan pendapatan asli daerah sehingga menjadi faktor yang sangat penting dalam mendukung membiayai anggaran daerah. Secara sistematis Pajak Daerah dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Pajak Daerah} = \text{P. Reklame} + \text{P. Ait Tanah} + \text{P. BPHTB} + \text{PBB} + \text{Sanksi}$$

### 3.4.1.2 Pajak Reklame

Pajak reklame merupakan salah satu sumber dari penerimaan pajak daerah. Dalam rangka untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah, maka pemerintah juga harus bisa memaksimalkan penerimaan pajak reklame. Secara umum rumus perhitungan pajak reklame adalah:

$$\text{Pajak Reklame} = 25\% \times \text{NSR (Nilai Sewa Reklame)}$$

**Tabel 3.1**  
**Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR)**

Jenis Reklame	Lokasi Penempatan	Ukuran Media Luas Reklame	Jumlah Reklamae	Jangka Waktu Penyelenggaraan	Besaran Nilai Kelas Jalan
Papan/Billboard Videotron/LED dan Sejenisnya	Protokol A	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	25
	Protokol B	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	20
	Protokol C	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	15
	Ekonomi Kelas I	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	10
	Ekonomi Kelas II	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	5
	Ekonomi Kelas III	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	3
	Lingkungan	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	2
Reklame Kain berupa Umbul-umbul, Spanduk dan Sejenisnya	Protokol A	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	25
	Protokol B	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	20
	Protokol C	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	15
	Ekonomi Kelas I	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	10
	Ekonomi Kelas II	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	5
	Ekonomi Kelas III	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	3
	Lingkungan	1 m <sup>2</sup>	1 buah	1 hari	2

Sumber: Peraturan Daerah No.12 Tahun 2011

### 3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau diduga mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian MANOVA haruslah bersifat kategorik atau skala data nominal. Itu artinya dalam penelitian MANOVA variabel independen hanya digolongkan kedalam kategori-kategori tertentu. Dalam penelitian ini variabel independen digolongkan kedalam 2 (dua) kategori yaitu: sebelum larangan penyelenggaraan reklame rokok, dan setelah larangan penyelenggaraan reklame rokok.

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Proksi	Pengukuran
<b>Variabel Dependen:</b>		
Penerimaan pajak daerah	$PD = PR + PAT + PBPHTB + PBB + \text{sanksi}$	Numerik
Penerimaan pajak reklame	$25\% \times \text{Nilai Sewa Reklame (NSR)}$	Numerik
<b>Variabel Independen</b>		
Sebelum dan Setelah Larangan Reklame Rokok	1. Sebelum Larangan Reklame Rokok 2. Setelah Larangan Reklame Rokok	Kategorik

### 3.5 Metoda Analisis Data

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) maka penelitian ini menggunakan metode analisis MANOVA (*Multivariate Analysis of Variance*) dengan bantuan program pengolahan data SPSS versi 23.00. Analisis MANOVA adalah perluasan dari analisis ANOVA yang bertujuan untuk mengukur pengaruh hubungan diantara beberapa variabel independen yang berjenis kategorikal dengan beberapa variabel dependen yang berjenis metrik. Disebut *Multivariate* karena terdapat lebih dari satu variabel terikat. Dengan cara ini diharapkan tingkat kesalahan yang ada dapat dikurangi. Adapun langkah-langkah analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 3.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:207-208) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, antara lain: mean, minimum, maksimum dan standar deviasi.

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan analisis MANOVA, terdapat beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi agar dapat menghasilkan estimator yang lebih akurat. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan.

Asumsi-asumsi dasar itu adalah:

1. Data masing-masing kelompok berdistribusi normal (Uji Normalitas).
2. Varian antar kelompok harus homogen (Uji Homogenitas).
3. Sampel berasal dari kelompok yang independen.

#### 3.5.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti pada uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini di langgar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. (Ghozali,2011:160). Ada beberapa metode untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi residual antara lain dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (KS) pada aplikasi SPSS dengan melihat angka probabilitas dengan ketentuan:

- 1) Nilai signifikan atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dikatakan tidak normal .
- 2) Nilai signifikan atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dikatakan normal .

#### 3.5.2.2 Uji Homogenitas

Uji Homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Dalam penelitian ini varians dari variabel bebas haruslah sama atau konstan untuk setiap nilai tertentu dari variabel bebas lainnya atau variansi residu sama untuk semua pengamatan. Untuk mengetahui adanya kesamaan varian atau tidak dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Levene*. Dasar pengambilan keputusan

untuk menentukan ada tidaknya masalah homogenitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Probability* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada masalah terhadap varian data
- 2) Jika nilai *Probability* lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya tidak ada masalah terhadap varian data (homogen).

### 3.5.3 Analisis Pengujian Hipotesis

#### 3.5.3.1 Uji Signifikasi Multivariat (*Multivariate Test*)

Uji Signifikasi multivariat ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan titik pusat (*centroid*) dua kelompok atau lebih yang dapat dievaluasi dengan berbagai kriteria uji statistik. Statistik uji yang digunakan yaitu uji *Pillai Trace*, *Wilk Lambda*, *Hotelling Trace*, dan *Roy's Largest Root* yang diolah dengan software SPSS. Hipotesis yang digunakan adalah:

- 1)  $H_0$  : Terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari larangan reklame rokok terhadap pajak reklame dan pajak daerah secara multivariat.
- 2)  $H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan dari larangan reklame rokok terhadap pajak reklame dan pajak daerah secara multivariat.

Kriteria yang digunakan dalam pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika angka signifikan (Sig)  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika angka signifikan (Sig)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

#### 3.5.3.2 Uji Signifikan Univariat (*Test of Between Subject Effect*)

*Test of Between Subject Effect* ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang menyebabkan terjadinya perbedaan rata-rata dua kelompok melalui uji univariat F. Uji univariat F ini dihitung untuk setiap variabel terikat secara terpisah setelah variabel bebas yang lainnya dianggap tetap.

Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika angka signifikan (Sig)  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
- 2) Jika angka signifikan (Sig)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

Dalam menginterpretasikan tabel uji signifikan univariat terdapat beberapa insilah yang perlu diketahui untuk mempermudah dalam pemahaman.

**1) Corrected Model**

Menunjukkan pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai Sig.  $< 0,05$  berarti model tersebut valid.

**2) Intercept**

Perubahan nilai variabel dependen tanpa perlu dipengaruhi keberadaan variabel independen. Artinya tanpa ada pengaruh variabel independen, variabel dependen dapat berubah nilainya. Hal ini dapat dilihat apabila nilai Sig.  $< 0,05$  berarti nilai intersept signifikan.

**3) Error**

Nilai error model, semakin kecil maka semakin baik.

**4) R Squared**

Nilai Determinasi Berganda semua variabel independen dengan variabel dependen. Semakin besar nilai dari R Squared dan mendekati 1 maka korelasinya semakin kuat.

#### **3.5.4 Analisis Pengaruh Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah**

Analisis dilakukan melalui pendekatan analisis kuantitatif yaitu dengan model regresi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini.

### 3.5.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2005). Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen secara individu dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

- 1)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh dari pajak reklame terhadap pajak daerah.
- 2)  $H_1$  : Terdapat pengaruh dari pajak reklame terhadap pajak daerah.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan uji statistik t dengan menggunakan aplikasi statistik SPSS. Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung  $>$  t tabel, maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya apabila t hitung  $<$  t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka pajak reklame berpengaruh terhadap pajak daerah atau jika nilai Sig.  $<$  0,05 maka pajak reklame berpengaruh signifikan terhadap pajak daerah.
- 2) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka pajak reklame tidak berpengaruh terhadap pajak daerah atau jika nilai Sig.  $<$  0,05 maka pajak reklame berpengaruh tidak signifikan terhadap pajak daerah.

### 3.5.4.2 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dapat bersifat:

1. Positif, artinya jika variabel bebas (pajak reklame) naik maka variabel terikat (pajak daerah) juga akan mengalami kenaikan
2. Negatif, artinya jika variabel (pajak reklame) naik maka variabel terikat (pajak daerah) akan mengalami penurunan

Derajat hubungan antara variabel X dan Y ini biasanya dinyatakan dengan  $r$  yang biasanya disebut dengan koefisien korelasi sampel yang merupakan penduga bagi koefisien populasi. Nilai  $r$  diperoleh dengan melakukan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Dalam hal ini, keeratan dan seberapa besar hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan bagaimana hubungannya dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi**

Nilai $r$ (nilai mutlak)	Interpretasi Hubungan
0,00 – 0,200	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013), Metoda Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta, hal 183

### 3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variasi variabel independen dapat menerangkan dengan baik variasi variabel dependen. Untuk mengukur kebaikan suatu model (*goodness of fit*) dengan digunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan angka yang memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel tak bebas (Y) yang di jelaskan oleh variabel bebas (X).

Nilai  $R^2$  yang sempurna adalah satu, yaitu apabila keseluruhan variasi variabel dependen dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model. Hal ini dapat digambarkan dengan  $0 < R^2 <$

1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan perubahan variasi variabel dependen sangat terbatas.
- b. Nilai  $R^2$  mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel independen sangat mempengaruhi dalam perubahan variasi variabel dependen.