

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Lokasi penelitian

Pelaksanaan penelitian mengenai Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Kantor Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta dilaksanakan di Kantor Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta yang beralamat di Jl. Abdul Muis No.66 Gambir Jakarta Pusat.

3.1.2. Waktu penelitian

Pelaksanaan penelitian mengenai Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Kantor Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta ini memerlukan waktu selama \pm 6 (enam) bulan, terhitung sejak Agustus 2013 – Januari 2014.

3.2. Strategi dan Metode Penelitian

3.2.1. Strategi penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi studi kasus. Studi kasus adalah penelitian yang menekankan pada pengungkapan secara mendalam terhadap suatu peristiwa. Penelitian studi kasus ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai penerimaan jenis-jenis reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Kantor Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta.

3.2.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dikatakan kualitatif karena penelitian ini berusaha menjelaskan objek yang relevan dengan fenomena yang diamati dan menjelaskan karakteristik fenomena atau masalah yang ada, oleh karena itu penelitian ini

dilakukan untuk menggambarkan, meringkas berbagai proses dan kondisi tentang Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.

3.3. Unit – Unit Analisis Penelitian

Unit-unit analisa penelitian ini adalah penerimaan jenis-jenis reklame yang dilakukan di Kantor Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta yang menyelenggarakan reklame dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame , serta data tentang target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah tahun 2009 – 2012. Analisa ini berguna dan berkaitan erat dengan apa yang akan peneliti teliti.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dalam rangka mendapatkan rangka mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Adapun pengumpulan data diperoleh dari teori-teori buku, peraturan perpajakan yang berlaku, teori-teori dari buku kuliah, literature serta data-data lainnya yang menyangkut dengan masalah yang diteliti.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data mengenai pajak reklame langsung ke tempat penelitian. Riset lapangan ini dilakukan melalui teknik :

- a. Observasi

Merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala objek penelitian.

b. Wawancara

Merupakan suatu cara pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya dan bersifat lebih mendalam serta dikenakan pada responden yang sedikit jumlahnya. Wawancara ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi berupa pandangan atau pendapat mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dan wawancara dilakukan terhadap pihak yang terkait.

3. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan melakukan pencatatan, pengutipan dari buku-buku pengawas atau laporan-laporan Pajak Reklame dan proses pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Kantor Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta.

3.5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan mempermudah peneliti. Instrumen yang akan digunakan adalah :

1. Observasi, dalam metode ini instrumen yang digunakan berupa lembar pengamatan, yaitu dengan melakukan observasi partisipasif (observasi langsung) dengan cara melakukan riset selama 1 (satu) bulan di Kantor Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta. Untuk mendapatkan gambaran mengenai Pajak Reklame.
2. Wawancara, dalam metode ini instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara semi terstruktur, instrumen ini dipilih agar mendapat jawaban dan keterangan yang lengkap dan mendalam mengenai peranan pajak reklame. Wawancara dilakukan terhadap Kepala Bidang Perencanaan dan Pengembangan Pajak Daerah, Kepala Bidang Peraturan dan Penyuluhan Pajak Daerah, Kepala Bidang Pengendalian dan Pembinaan Pajak Daerah, Kepala Bidang

Sistem Informasi Pajak Daerah di Kantor Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta.

3. Dokumentasi, dalam metode ini instrumen yang digunakan berupa dokumen dan laporan mengenai penerimaan jenis-jenis reklame tahun 2009 – 2012, target dan realisasi penerimaan Pajak Reklame selama tahun 2009 – 2012, serta target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah selama tahun 2009 – 2012 yang didapat melalui Suku Dinas dan Unit Pelayanan Pajak Daerah di Kantor Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta.

3.6. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul akan diolah dan dianalisa untuk menghasilkan suatu temuan. Temuan tersebut akan diinterpretasikan dalam bentuk kualitatif dengan struktur penulisan yang bersifat deskriptif. Proses analisis data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk seberapa besar penerimaan jenis-jenis reklame terhadap pajak reklame dan penerimaan jenis pajak reklame manakah yang paling banyak di Provinsi DKI Jakarta dengan cara :

$$\frac{\text{Penerimaan Jenis-Jenis Pajak Reklame}}{\text{Jumlah Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

2. Kemudian setelah mengetahui pajak terutang Pajak Reklame, peneliti akan menghitung laju pertumbuhan Pajak Reklame di Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta dengan cara :

$$GT = \frac{X_t - X_{(t-1)}}{X_{(t-1)}} \times 100\%$$

(Abdul, Halim, 2004:163)

Keterangan :

X_t : realisasi penerimaan Pajak Reklame tahun tertentu.

$X_{(t-1)}$: realisasi penerimaan Pajak Reklame tahun sebelumnya.

3. Setelah menghitung laju pertumbuhan Pajak Reklame tahun 2009 –

2012 di Kantor Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta maka peneliti kemudian menghitung seberapa besar peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dan peran Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah dalam bentuk % (persentase) dengan cara :

Peran Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah 2009-2012 dengan cara:

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

Peran Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah 2009-2012 dengan cara :

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

4. Setelah menghitung seberapa besar peran pajak reklame terhadap pajak daerah dan pendapatan asli daerah maka peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Bidang Pengendalian dan Pembinaan Pajak Daerah untuk mengetahui kendala-kendala dalam proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame. Setelah mengetahui kendala-kendala dalam proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame, peneliti melakukan wawancara terhadap Kepala Bidang Pengendalian dan Pembinaan Pajak Daerah untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang telah dilakukan untuk meningkatkan pajak reklame.