

## **KONTRIBUSI VALIDASI DATA OBJEK PAJAK DAN PENDATAAN POTENSI REKLAME TERHADAP PENINGKATAN PAD**

**Anggraeni Dwi Suryani<sup>1</sup>, Syamsul Huda<sup>2</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Jl. Rungkut Madya No.1 Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur

e-mail: [<sup>1</sup>langgraenidwisuryani@gmail.com](mailto:langgraenidwisuryani@gmail.com)

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame berkontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Validasi data objek pajak merupakan langkah penting untuk memastikan ketepatan dan keakuratan informasi wajib pajak sehingga tidak terjadi kebocoran pendapatan daerah. Sementara itu, pendataan potensi reklame dilakukan guna memetakan lokasi-lokasi strategis yang memiliki nilai ekonomis tinggi untuk pemasangan reklame. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menekankan pada keterlibatan aktif antara tim pengabdian, aparaturnya pemerintah daerah, dan masyarakat sebagai pihak yang berperan langsung dalam proses validasi data objek pajak serta pendataan potensi reklame. Pendekatan ini dipilih agar hasil kegiatan tidak hanya berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga mampu mendorong perubahan praktik kerja di lingkungan Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) dalam mengelola data perpajakan daerah secara lebih akurat dan transparan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa validasi data yang terintegrasi dengan sistem informasi pajak daerah mampu meningkatkan efektivitas pengawasan serta memperkecil potensi manipulasi data wajib pajak. Pendataan reklame yang akurat juga berpengaruh signifikan dalam mengoptimalkan potensi pajak reklame sebagai salah satu sumber PAD. Kesimpulannya, kombinasi antara validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame menjadi strategi penting dalam meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akurasi pengelolaan pajak daerah.*

**Kata Kunci:** *Validasi Data Pajak, Pendataan Reklame, Pajak Daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD)*

### **1. PENDAHULUAN**

Pada era otonomi daerah yang diberlakukan melalui Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pemerintah kabupaten/kota diberi kewenangan lebih besar dalam mengelola keuangan daerah termasuk menggali potensi pendapatan sendiri (PAD). Dalam kerangka tersebut, salah satu tantangan utama pemerintah daerah adalah bagaimana meningkatkan akurasi data objek pajak dan optimalisasi pendataan potensi reklame sehingga penerimaan pajak daerah dapat meningkat secara signifikan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan pajak reklame belum maksimal dan kontribusinya terhadap PAD masih tergolong rendah di beberapa wilayah (Ginting, 2024).

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang bersifat relatif dinamis karena dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi, aktivitas bisnis, dan pemasangan media promosi di ruang publik. Sebagai instrumen fiskal, pajak reklame tidak hanya merefleksikan aktivitas ekonomi lokal tetapi juga menjadi sumber strategis untuk mendukung pembangunan dan pelayanan publik (Kharizma, 2025). Namun dalam praktiknya, masih ditemukan banyak objek reklame yang belum terdaftar, kurang pengawasan lapangan, serta data yang belum tervalidasi dengan baik sehingga potensi penerimaan belum optimal (Maulita, 2023).

Validasi data objek pajak adalah proses memeriksa dan memastikan bahwa data objek dan subjek pajak telah tercatat dengan benar, tidak ada duplikasi, tidak ada objek yang terlewat

dan kewajiban pajak telah sesuai dengan ketentuan. Proses ini penting karena kesalahan atau kelalaian dalam pendataan objek dapat menyebabkan kebocoran pendapatan yang signifikan. Sebagai contoh, dalam suatu kajian, data ganda dan objek pajak tidak terdaftar merupakan salah satu penyebab rendahnya kontribusi pajak reklame terhadap PAD (Firmansyah, 2018).

Pendataan potensi reklame adalah kegiatan sistematis untuk memetakan seluruh titik reklame yang beroperasi, menentukan status izin, ukuran, lokasi, dan nilai ekonomisnya. Melalui pendataan yang akurat, pemerintah daerah dapat mengidentifikasi objek potensial baru, menertibkan reklame yang beroperasi tanpa izin, serta menghitung potensi penerimaan yang realistis. Penelitian menunjukkan bahwa di beberapa kota, potensi pajak reklame memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan PAD ketika pendataan dilaksanakan dengan baik (Korengkeng, 2017).

Integrasi antara validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame dapat menjadi strategi ganda yang memperkuat upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan PAD. Validasi data memastikan basis data pajak yang bersih dan akurat, sedangkan pendataan potensi reklame memastikan bahwa semua objek yang seharusnya dikenai pajak telah tertangkap dalam sistem. Jika kedua aktivitas ini berjalan sinergis, efektivitas pemungutan pajak dapat meningkat dan kebocoran pendapatan dapat diminimalkan.

Namun demikian, kendala-kendala masih cukup signifikan dalam implementasi validasi dan pendataan objek pajak di tingkat daerah. Beberapa di antaranya meliputi kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, belum optimalnya sistem informasi pajak daerah, kurang lengkapnya data lapangan, serta belum adanya sanksi yang tegas terhadap objek pajak yang tidak patuh (Harahap, 2024). Kondisi ini menyebabkan sebagian besar objek reklame belum tertangani secara efektif dan potensi penerimaan belum tergali secara maksimal.

Secara empiris, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap PAD masih rendah. Sebagai contoh, di Kota Medan kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama beberapa tahun tidak pernah mencapai 10 % karena faktor ketidakpatuhan wajib pajak dan minimnya pengawasan lapangan (Ginting, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun potensi cukup besar, tanpa validasi dan pendataan yang baik, kontribusi tersebut sulit diwujudkan.

Selain itu, validasi dan pendataan bukan hanya aspek teknis administratif, tetapi juga berkaitan dengan tata kelola pajak yang transparan dan akuntabel. Sistem informasi yang dapat diakses secara daring, pemetaan berbasis GIS, serta sosialisasi kepada wajib pajak menjadi bagian penting dari modernisasi pengelolaan pajak reklame di era digital. Dengan demikian, perbaikan sistem data objek pajak dan pendataan potensi reklame juga berkaitan dengan transformasi digital pemerintahan daerah.

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame berkontribusi terhadap peningkatan PAD di suatu wilayah, dan apa hambatan yang dihadapi oleh pemerintah daerah dalam melaksanakan kedua aktivitas tersebut. Karena hasilnya dapat memberikan rekomendasi strategis bagi lembaga pengelola pajak daerah agar penerimaan pajak reklame dapat dioptimalkan, data menjadi akurat, dan pengelolaan pajak menjadi lebih adaptif terhadap dinamika ekonomi lokal.



Gambar 1. Pengabdian

## **2. METODE PENGABDIAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menekankan pada keterlibatan aktif antara tim pengabdian, aparaturnya pemerintah daerah, dan masyarakat sebagai pihak yang berperan langsung dalam proses validasi data objek pajak serta pendataan potensi reklame. Pendekatan ini dipilih agar hasil kegiatan tidak hanya berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga mampu mendorong perubahan praktik kerja di lingkungan Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) dalam mengelola data perpajakan daerah secara lebih akurat dan transparan.

Pelaksanaan pengabdian dimulai dengan identifikasi kebutuhan lapangan, yakni melalui observasi awal dan diskusi bersama pihak Bapenda. Dari hasil observasi diperoleh gambaran bahwa masih terdapat kesenjangan antara data objek pajak yang tercatat dalam sistem dengan kondisi riil di lapangan. Selain itu, ditemukan pula permasalahan berupa belum optimalnya penggunaan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan pendataan reklame. Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian kemudian merancang program yang berfokus pada peningkatan kapasitas aparaturnya dalam melakukan validasi data dan pendataan berbasis digital.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan teknis dengan tim pengabdian memberikan pelatihan kepada aparaturnya Bapenda mengenai teknik validasi data objek pajak menggunakan aplikasi berbasis spreadsheet dan sistem informasi pajak daerah. Peserta dilatih untuk memverifikasi kesesuaian data antara catatan administrasi dan kondisi aktual di lapangan. Selain itu, diberikan juga materi tentang pemanfaatan teknologi pemetaan (seperti Google Maps dan aplikasi GIS sederhana) untuk memudahkan proses pendataan titik reklame di wilayah perkotaan.

Kegiatan pengabdian ini juga mengadopsi metode pendampingan langsung di lapangan, di mana tim pengabdian turun bersama petugas pajak daerah untuk melakukan survei reklame di beberapa titik strategis. Tujuannya adalah agar para petugas memperoleh pengalaman praktis dalam melakukan pendataan dengan sistem digital, serta mampu mengenali berbagai kendala teknis yang sering muncul selama proses validasi dan pemetaan objek pajak. Hasil dari kegiatan lapangan ini kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan laporan evaluasi dan rekomendasi kebijakan kepada pihak Bapenda.

Selain pendampingan teknis, kegiatan ini juga mencakup forum diskusi kelompok (FGD) yang melibatkan para pemangku kepentingan seperti perwakilan pengusaha reklame, masyarakat sekitar, dan unsur pemerintah daerah. Melalui FGD ini, diharapkan tercipta pemahaman bersama mengenai pentingnya kepatuhan pajak reklame serta manfaat langsungnya terhadap peningkatan PAD dan pembangunan daerah. Kegiatan ini juga menjadi wadah untuk menyampaikan aspirasi masyarakat sekaligus memberikan masukan bagi perbaikan kebijakan pengelolaan reklame ke depan.

Untuk menjaga keberlanjutan program, tim pengabdian menyusun modul pelatihan digitalisasi pendataan pajak daerah yang diserahkan kepada Bapenda sebagai panduan bagi pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Modul ini berisi langkah-langkah teknis validasi data, format pengumpulan informasi objek pajak, serta petunjuk penggunaan sistem berbasis teknologi informasi. Dengan adanya modul ini, diharapkan aparaturnya daerah dapat melanjutkan proses validasi dan pendataan secara mandiri dan berkelanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses mencakup penilaian terhadap keterlibatan peserta selama pelatihan, keaktifan dalam diskusi, serta kemampuan menggunakan alat bantu digital. Sementara evaluasi hasil dilakukan dengan membandingkan tingkat akurasi data objek pajak dan jumlah titik reklame yang berhasil tervalidasi sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian. Dari evaluasi ini diharapkan dapat diketahui sejauh mana efektivitas program dalam meningkatkan kemampuan aparaturnya daerah dan kualitas data pajak.

Metode pengabdian ini juga mengutamakan prinsip transfer pengetahuan dan teknologi. Artinya, kegiatan tidak hanya berhenti pada pelaksanaan pelatihan tetapi juga memberikan nilai tambah berupa kemampuan baru bagi peserta untuk mengaplikasikan teknologi dalam tugas

sehari-hari. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat sistem administrasi pajak daerah dan menjadikan kegiatan pengabdian sebagai bagian dari inovasi manajemen publik berbasis digital.

Dari keseluruhan tahapan tersebut, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia di lingkungan pemerintah daerah, tetapi juga menciptakan sistem kerja yang lebih efisien, transparan, dan terukur. Validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame yang dilakukan secara sistematis dan berbasis digital terbukti mampu memperkecil risiko kehilangan data dan meningkatkan potensi penerimaan pajak.

Metode pengabdian ini berorientasi pada pemberdayaan aparatur daerah melalui inovasi sistem informasi dan partisipasi aktif masyarakat, sehingga mampu menciptakan tata kelola perpajakan daerah yang lebih akuntabel. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pengabdian yang berkelanjutan bagi daerah lain yang memiliki permasalahan serupa dalam pengelolaan pajak reklame dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame ini memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman dan kapasitas aparatur pemerintah daerah, khususnya pegawai Badan Pendapatan Daerah (Bapenda). Sebelum kegiatan dimulai, sebagian besar aparatur masih menggunakan metode manual dalam melakukan pendataan pajak reklame, seperti pencatatan di lembar kerja konvensional dan laporan lapangan tanpa koordinasi digital. Setelah dilaksanakan pelatihan dan pendampingan, para peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan sistem berbasis teknologi informasi, baik untuk validasi data objek pajak maupun penginputan titik reklame secara digital.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan teknis peserta dalam mengenali dan memvalidasi objek pajak secara akurat. Sebelumnya, banyak data objek pajak reklame yang tidak terbaru atau tidak sinkron antara kondisi di lapangan dengan database yang tersimpan. Melalui kegiatan ini, petugas lapangan dilatih untuk melakukan verifikasi langsung menggunakan perangkat digital seperti ponsel pintar dan tablet. Data hasil observasi lapangan kemudian langsung diunggah ke sistem pendataan terpadu yang telah disiapkan oleh tim pengabdian. Peningkatan kecepatan dan ketepatan pelaporan ini berdampak positif terhadap efisiensi administrasi pajak daerah.

Selain peningkatan kompetensi aparatur, kegiatan ini juga berhasil mengidentifikasi sejumlah titik reklame yang belum tercatat dalam sistem pajak daerah. Berdasarkan hasil pendampingan lapangan selama dua minggu, ditemukan sekitar 15–20 persen titik reklame aktif yang belum memiliki izin atau belum dikenakan pajak. Data ini kemudian diserahkan kepada pihak Bapenda untuk dilakukan penertiban administrasi dan proses pemungutan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan validasi dan pendataan berbasis lapangan dapat menjadi strategi efektif dalam menutup celah kebocoran potensi pendapatan daerah.

Kegiatan forum diskusi kelompok (FGD) yang dilaksanakan sebagai bagian dari program pengabdian juga memberikan hasil yang positif. Dalam forum tersebut, peserta dari berbagai latar belakang, seperti pengusaha reklame, perwakilan masyarakat, dan aparatur pemerintah daerah, berdiskusi mengenai pentingnya kepatuhan terhadap kewajiban pajak reklame. Dari hasil FGD tersebut, diperoleh komitmen bersama untuk meningkatkan transparansi dalam proses perizinan reklame dan kesadaran bahwa pajak reklame merupakan salah satu sumber utama dalam mendukung pembangunan daerah.

Dampak lain yang terlihat dari kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran fiskal aparatur daerah terhadap pentingnya data yang valid. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian aparatur menganggap proses validasi hanya bersifat administratif. Namun setelah memahami hubungan langsung antara validasi data dan peningkatan PAD, mereka mulai menempatkan kegiatan tersebut sebagai bagian dari strategi pembangunan fiskal daerah. Kesadaran ini terlihat



dari inisiatif peserta untuk melanjutkan validasi data di luar jadwal pelatihan yang telah ditentukan, sebagai bentuk tanggung jawab profesional terhadap tugas mereka.

Dari sisi teknologi, penerapan sistem pendataan berbasis digital juga terbukti mempercepat proses pengumpulan data. Jika sebelumnya petugas membutuhkan waktu hingga beberapa hari untuk merekap laporan dari lapangan, kini data dapat diperbarui secara real-time melalui sistem daring. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja tetapi juga mempermudah proses analisis potensi pajak reklame secara berkala. Dengan demikian, teknologi menjadi alat utama dalam mendukung transparansi dan akurasi pengelolaan pajak daerah.

Hasil pengabdian juga menunjukkan adanya peningkatan kualitas koordinasi antarbidang di dalam Bapenda. Sebelum kegiatan, koordinasi antara bagian pendataan, penagihan, dan pengawasan belum terintegrasi dengan baik. Melalui kegiatan ini, setiap bagian mulai memahami pentingnya kolaborasi dalam memastikan data objek pajak yang tervalidasi dapat langsung ditindaklanjuti pada tahap penagihan. Keterpaduan antarbidang ini merupakan hasil nyata dari proses pembelajaran bersama selama pelatihan dan pendampingan lapangan.

Secara sosial, kegiatan pengabdian ini turut memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat pelaku usaha reklame. Banyak pelaku usaha reklame yang sebelumnya kurang memahami mekanisme perizinan dan kewajiban pajak kini menjadi lebih terbuka untuk berkoordinasi dengan Bapenda. Melalui pendekatan partisipatif yang dilakukan dalam kegiatan ini, tercipta rasa saling percaya dan komunikasi dua arah antara pemerintah daerah dan pelaku usaha, yang menjadi modal penting bagi peningkatan kepatuhan pajak di masa mendatang.

Dari hasil evaluasi akhir, dapat disimpulkan bahwa kegiatan validasi dan pendataan potensi reklame memberikan dampak nyata terhadap peningkatan PAD. Berdasarkan data Bapenda setelah kegiatan berlangsung, terdapat kenaikan jumlah wajib pajak reklame aktif hingga 18%, serta peningkatan penerimaan pajak reklame sebesar 22% dibandingkan periode sebelumnya. Capaian ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat berbasis kolaborasi dan teknologi mampu berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan daerah tanpa perlu menambah beban fiskal masyarakat.

Hasil kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa penguatan kapasitas sumber daya manusia, dukungan teknologi informasi, serta partisipasi masyarakat merupakan tiga pilar utama dalam pengelolaan pajak daerah yang efektif. Validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame bukan hanya kegiatan administratif, tetapi juga bentuk inovasi tata kelola keuangan daerah yang modern. Oleh karena itu, kegiatan semacam ini perlu dilanjutkan secara berkelanjutan dan diperluas ke jenis pajak daerah lainnya agar peningkatan PAD dapat berjalan konsisten dan berkelanjutan di masa depan.

## **Pembahasan**

### **Pentingnya Validasi Data Objek Pajak untuk Akurasi Penerimaan Daerah**

Validasi data objek pajak memiliki peran yang sangat strategis dalam memastikan keakuratan dan keandalan basis data pajak daerah. Upaya seperti verifikasi lapangan untuk memastikan bahwa objek pajak sesuai dengan kondisi nyata di lapangan sangat penting untuk mencegah duplikasi, kesalahan administratif, atau objek yang tidak tercatat. Sebagai contoh, dalam kegiatan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat (Bapenda Kobar) disebutkan bahwa “verifikasi lapangan ini sangat penting untuk memastikan bahwa setiap perubahan data objek pajak benar-benar sesuai dengan kondisi di lapangan” (Anonim, 2025).

Dalam konteks pajak daerah, keberadaan data yang tidak valid akan menyebabkan potensi penerimaan yang belum tertagih atau pengenaan tarif yang tidak tepat. Instrumen validasi seperti yang dijelaskan dalam glosarium oleh DDTC Digital Transformation Team menyebutkan bahwa validasi adalah “salah satu upaya yang sangat penting untuk bisa menghasilkan data yang berkualitas sehingga bisa menghasilkan informasi yang benar” (DDTC Digital Transformation Team, 2025).

Ketika data objek tidak terverifikasi, maka penghitungan potensi pajak, penetapan tarif, dan pemungutan tidak dapat dilaksanakan secara efisien. Contoh nyata, verifikasi dan validasi terhadap PBB-P2 di Kabupaten Kampar menyebutkan bahwa tanpa data yang benar “tidak akan terjadi kesalahan data maupun duplikasi” (Anonim, 2025). Di sisi kebijakan, data objek yang valid memungkinkan aparat pajak daerah melakukan tindakan penagihan, pemutakhiran, dan penertiban dengan dasar kuat. Tanpa validasi, objek pajak yang tidak terdaftar akan tetap “menggantung” di luar sistem dan potensi penerimaan menjadi bocor.

Secara operasional, proses validasi memerlukan koordinasi antara data administratif, survei lapangan, dan teknologi informasi. Sebagai contoh, sistem pendataan digital untuk objek reklame atau objek pajak lainnya akan mempercepat proses validasi dan menurunkan biaya administratif.

Tantangan dalam implementasi validasi masih besar: keterbatasan sumber daya manusia, kapasitas petugas lapangan, dan infrastruktur data digital menjadi hambatan utama. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa validasi masih dianggap sebagai kegiatan administratif belaka dan belum sepenuhnya diintegrasikan ke dalam strategi fiskal daerah (Anonim, 2025).

Dalam ranah akademik ditemukan bahwa pemutakhiran data objek pajak (termasuk identifikasi, verifikasi) menjadi bagian penting dari kebijakan optimalisasi pajak daerah. Di dalam dokumen dari Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (Kementerian Keuangan RI) disebut langkah-langkah pemutakhiran data objek pajak untuk PBB-P2 mencakup identifikasi, verifikasi, dan validasi. (Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan Kemenkeu, 2021). Dengan demikian, validasi data objek pajak bukan hanya prosedur administratif, melainkan fondasi manajerial dalam pengelolaan pajak daerah yang modern: data yang valid memungkinkan penerapan sistem yang lebih transparan, kepatuhan yang lebih tinggi, dan penerimaan yang lebih optimal.

Dalam rangka meningkatkan kontribusi pajak daerah terhadap pembangunan daerah, maka pelaksanaan validasi data menjadi prioritas yang harus ditingkatkan oleh pemerintah daerah demi menciptakan basis data objek pajak yang akurat dan handal.

### **Pendataan Potensi Reklame sebagai Sumber Peluang PAD yang Belum Tergarap**

Pendataan potensi reklame adalah poin penting dalam upaya menggali sumber penerimaan pajak daerah yang selama ini belum optimal. Reklame sebagai objek pajak daerah memiliki karakter khusus: pemasangan di ruang publik, nilai ekonomi tinggi, dan memerlukan izin serta pengawasan. Studi menunjukkan bahwa “pendataan wajib pajak baru pajak reklame dan restoran digunakan sebagai dasar penetapan wajib pajak baru yang nantinya akan dikenakan kewajiban sesuai peraturan daerah” (Kabupaten Jember, 2025).

Melalui pendataan yang sistematis, pemerintah daerah dapat memetakan lokasi reklame secara strategis, mengetahui status izin, ukuran, orientasi, serta tarif yang seharusnya dikenakan. Hal ini akan memungkinkan daerah memaksimalkan potensi yang selama ini belum terliputi dalam sistem pajak resmi. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap PAD di Kabupaten Pontianak hanya sekitar 0,84 % pada 2009 dan 0,79 % pada 2010; angka yang sangat rendah dibandingkan potensi yang sebenarnya (Kurniawan & Cahyono).

Pendataan potensi harus dilengkapi dengan mekanisme penertiban terhadap reklame yang tidak berizin atau belum terdaftar, serta integrasi data dengan sistem perpajakan daerah. Tanpa pendataan yang akurat, banyak objek reklame beroperasi secara “gelap” atau belum membayar pajak sesuai kewajiban. Hal ini menurunkan efektivitas penerimaan daerah. Dalam implementasi kebijakan di Kota Malang, disebutkan bahwa peran pendataan dan pemungutan pajak reklame mengalami perubahan: sistem pendaftaran dipermudah secara daring, namun masih terdapat kendala dalam pemantauan lapangan dan sinkronisasi data (Permadi, 2008).

Kendala teknis seperti pemantauan lokasi, ukuran reklame, dan identitas pemasang menjadi hambatan utama. Sering ditemukan bahwa reklame telah beroperasi tanpa izin atau pajak, kondisi yang mengindikasikan celah besar dalam sistem pendataan. Untuk

mengoptimalkan pendataan potensi reklame, teknologi seperti GIS, peta digital, basis data terpadu, dan pemutakhiran rutin harus diadopsi. Pendataan yang berbasis digital akan meningkatkan efisiensi, akurasi, dan memungkinkan pemantauan secara real time. Faktor manusia dan sosialisasi juga penting: pemilik reklame, pengusaha, dan masyarakat harus memahami kewajiban pajak dan manfaatnya bagi pembangunan daerah. Interaksi aktif akan meningkatkan kepatuhan dan mendukung pendataan yang komprehensif.

Secara regulasi, objek reklame diatur dalam undang-undang pajak daerah dan retribusi daerah, sehingga pendataan potensi harus didukung oleh dasar hukum yang jelas dan prosedur yang efektif (Tulisan Hukum Pajak Reklame, 2020). Pendataan potensi reklame bukan hanya sekadar pengumpulan data, tetapi langkah strategis untuk membuka potensi PAD yang tersembunyi sekaligus memperkuat tata kelola perpajakan daerah.

### **Sinergi Validasi Data dan Pendataan Potensi dalam Meningkatkan Efektivitas Pemungutan Pajak**

Penggabungan antara validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame menciptakan sinergi yang memperkuat efektivitas pemungutan pajak daerah. Validasi memastikan bahwa objek yang sudah tercatat adalah akurat dan berada dalam basis data, sedangkan pendataan potensi memastikan bahwa objek baru atau belum terdaftar bisa ditangkap. Kombinasi ini secara sistemik meningkatkan kapasitas daerah untuk memaksimalkan penerimaan pajak.

Misalnya, validasi yang dilakukan oleh Bapenda Kobar dengan pengecekan lapangan untuk memastikan data objek pajak yang sesuai kondisi nyata membantu meminimalkan kesalahan administrasi dan data yang tidak valid (Anonim, 2023). Ketika data objek sudah valid, proses pendataan potensi reklame dapat dimulai dengan basis kuat, sehingga daerah memiliki peta objek yang belum dikenai pajak atau belum tertangkap sistem. Dengan valid data objek yang sonoh, pemerintah daerah dapat melakukan analisis potensi secara realistis: misalnya memperkirakan tambahan penerimaan dari objek reklame yang belum terdaftar, menimbang tarif yang ideal berdasarkan lokasi dan ukuran, serta menetapkan target yang rasional.

Penelitian oleh Korengkeng (2017) menyebut bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah masih sangat rendah karena potensi belum tergarap secara maksimal. Efisiensi juga muncul dalam penyusunan kebijakan dan pengawasan: petugas lebih mudah memantau objek reklame berdasarkan data yang tervalidasi dan lokasi yang sudah dipetakan. Hal ini mengurangi kebocoran penerimaan dan memperkuat integritas sistem pemungutan. Namun untuk menerapkan sinergi ini diperlukan dukungan organisasi yang memadai: sistem informasi terpadu, petugas lapangan yang terlatih, koordinasi antar-unit dalam badan pajak daerah, dan regulasi yang memfasilitasi pemutakhiran data dan pendataan lapangan.

Selain itu, sinergi ini mendorong budaya administrasi yang lebih profesional: aparatur pajak daerah mulai memandang validasi dan pendataan sebagai bagian dari manajemen keuangan daerah, bukan sekadar kegiatan rutin administratif. Hal ini berdampak pada peningkatan kesadaran dan komitmen internal di lingkungan aparatur pajak. Ketika sinergi berjalan baik, hasilnya berupa peningkatan tingkat kepatuhan wajib pajak, karena objek yang belum terdaftar semakin sedikit dan pengawasan lapangan semakin menonjol. Hal ini secara langsung mendukung peningkatan pendapatan asli daerah.

Tentunya, hambatan seperti resistensi dari pelaku reklame, keterbatasan teknologi, dan kurangnya insentif untuk pemutakhiran data harus diantisipasi melalui strategi manajemen perubahan dan pelatihan aparatur. Sinergi validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame merupakan fondasi strategis dalam modernisasi pengelolaan pajak daerah, dan menjadi penentu keberhasilan pengoptimalan PAD.

### **Tantangan Implementasi dan Hambatan dalam Validasi serta Pendataan Pajak Reklame**

Meskipun potensi besar, implementasi validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame menghadapi berbagai hambatan yang signifikan. Pertama, aspek sumber daya manusia:

petugas lapangan sering kekurangan pelatihan, kurang pengalaman teknis digital, dan terbatas mobilitas untuk survei objek di lapangan. Kondisi ini memperlambat validasi dan pendataan. Infrastruktur teknologi dan data: masih banyak daerah yang belum memiliki sistem informasi perpajakan terpadu atau fasilitas yang memadai untuk pemetaan objek secara digital. Sebagai contoh, meskipun sistem daring telah dibuka untuk pendaftaran reklame di Kota Malang, penelitian menunjukkan bahwa pemantauan lapangan dan sinkronisasi data masih menjadi masalah utama (Permadi, 2008).

Regulasi dan kepastian hukum: keberadaan objek reklame yang belum memiliki izin atau belum terdaftar seringkali disebabkan oleh ketidakjelasan regulasi, tarif yang berubah-ubah, dan prosedur izin yang rumit. Penelitian di Kabupaten Rokan Hulu mencatat bahwa pemungutan pajak reklame belum sepenuhnya berjalan karena proses pendaftaran dan penagihan yang belum optimal (Ilham, 2021).

Koordinasi antar-unit dalam pemerintah daerah: validasi dan pendataan membutuhkan kolaborasi antara bagian pendataan, pengawasan, penagihan, dan teknologi informasi. Tanpa koordinasi yang baik, data yang telah dikumpulkan tidak dapat ditindaklanjuti secara efektif. Kelima, faktor eksternal seperti kerjasama dengan pelaku usaha reklame dan masyarakat: apabila pelaku reklame tidak kooperatif, objek baru sulit teridentifikasi, dan penertiban terhadap reklame ilegal menjadi tantangan. Hal ini menghambat pendataan potensi dan pengenaan pajak.

Selain itu, resistensi terhadap perubahan praktik lama, seperti pencatatan manual atau prosedur birokrasi lama, juga menjadi hambatan dalam adopsi sistem digitalisasi validasi dan pendataan. Perubahan budaya kerja memerlukan waktu, pelatihan, dan insentif yang memadai. Selanjutnya, keterbatasan anggaran dan prioritas belanja daerah juga mempengaruhi kemampuan pemerintah daerah untuk melakukan survei lapangan, pengadaan perangkat digital, serta pemeliharaan sistem informasi. Dalam konteks pengawasan, kurangnya data yang lengkap membuat penagihan dan sanksi terhadap wajib pajak yang belum patuh menjadi kurang efektif.

Penelitian di Kabupaten Rokan Hulu mencatat bahwa sanksi pidana belum pernah dilaksanakan secara masif terhadap wajib pajak reklame (Ilham, 2021). Demi mengatasi hambatan-hambatan tersebut diperlukan strategi manajemen perubahan, peningkatan kapasitas SDM, alokasi anggaran yang tepat, serta regulasi yang mendukung upaya validasi dan pendataan pajak reklame.

### **Dampak terhadap Peningkatan PAD dan Strategi Keberlanjutan Pengelolaan Pajak**

Dampak nyata dari validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta strategi keberlanjutan yang diperlukan. Studi menunjukkan bahwa meskipun kontribusi pajak reklame terhadap PAD masih kecil di banyak daerah rata-rata sekitar 0,97% di Kabupaten Kudus (Kurniawan & Cahyono, 2022).

potensi yang belum tergarap masih besar. Dengan peningkatan akurasi data dan penguatan pendataan objek reklame, pemerintah daerah dapat menetapkan target penerimaan yang realistis, meningkatkan basis wajib pajak, dan memperkuat mekanisme penagihan sehingga penerimaan meningkat. Sebagai contoh, analisis efektivitas pemungutan pajak reklame menunjukkan bahwa perbaikan dalam proses pendataan dan pengawasan dapat meningkatkan kontribusi pajak terhadap PAD (Firmansyah, 2021).

Pengelolaan pajak reklame yang baik juga mendukung keberlanjutan fiskal daerah. Ketika objek pajak yang tercatat semakin banyak, dan data objek semakin tervalidasi, maka penerimaan menjadi lebih stabil, prediktabilitas keuangan daerah meningkat, dan daerah dapat mengandalkan sumber pendapatan internal untuk pembangunan. Pada sisi kebijakan, pemerintah daerah perlu menetapkan strategi keberlanjutan: memperbarui data secara reguler, memantau objek reklame aktif/tidak aktif, mengintegrasikan sistem informasi perpajakan, serta melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja pendataan dan penagihan.

Peningkatan kesadaran wajib pajak melalui sosialisasi dan komunikasi publik juga menjadi bagian penting dari keberlanjutan. Ketika pelaku reklame mengerti kewajiban dan manfaat pajak mereka, kepatuhan meningkat dan objek baru lebih mudah teridentifikasi.



Inovasi digital seperti pemetaan objek berbasis GIS, aplikasi mobile petugas lapangan, dan pengolahan data besar (big data) akan mendukung pengelolaan yang lebih efisien dan adaptif terhadap perubahan ekonomi daerah.

Secara administratif, validasi dan pendataan yang baik memperkuat transparansi dan akuntabilitas pengelolaan pajak daerah, meningkatkan kepercayaan publik dan pelaku usaha terhadap institusi pajak local yang pada gilirannya mendukung lingkungan fiskal yang lebih kondusif. Dampak positifnya adalah tidak hanya peningkatan penerimaan secara kuantitatif tetapi juga peningkatan kualitas pengelolaan pajak yang lebih profesional, berkelanjutan dan terintegrasi. Strategi keberlanjutan mensyaratkan komitmen politik dan kelembagaan dari pemerintah daerah untuk menjadikan validasi data objek pajak dan pendataan potensi sebagai bagian rutin dalam manajemen keuangan daerah, bukan proyek sekali jalan.

### **Peran Pemahaman Pajak pada Aparatur dan Wajib Pajak**

Pemahaman atas regulasi dan mekanisme pajak merupakan fondasi bagi kepatuhan wajib pajak dan efektivitas pengelolaan pajak daerah. Penelitian oleh Rahman, Supartoyo, Rulinawati, Dawud, & Adiputranto (2023) menunjukkan bahwa para aparat publik yang memiliki pemahaman pajak yang baik cenderung menunjukkan tingkat kepatuhan yang lebih tinggi.

Dalam konteks operasional di pemerintah daerah, apabila aparat tidak memahami dengan baik regulasi terkait objek pajak dan kewajiban perpajakan, maka proses validasi data objek pajak akan menghadapi hambatan: data tidak akurat, objek tidak diperbarui, atau tidak termonitor dengan baik. Tanpa pemahaman yang memadai, tugas validasi data objek pajak bisa menjadi sekadar formalitas administratif tanpa dampak strategis.

Pemahaman pajak juga mempengaruhi sikap pelaku usaha reklame terhadap kewajiban pajak. Jika pelaku usaha memahami bahwa reklame yang dipasang adalah objek pajak dan manfaatnya bagi pembangunan daerah, maka tingkat keinginan untuk mendaftar dan membayar pajak akan meningkat. Hal ini memperkuat link antara pendataan potensi reklame dan peningkatan PAD. Pemahaman ini berkaitan dengan bagaimana sistem perpajakan daerah dibingkai apakah hanya sebagai ruang pemungutan atau sebagai instrumen pembangunan dan pelayanan publik. Apabila aparat dan masyarakat memahami bahwa pajak adalah bagian dari kontribusi pembangunan daerah, maka pendekatan pemungutan dan pengawasan akan lebih efektif dan partisipatif.

Dalam pengabdian masyarakat atau program pendampingan pajak daerah, salah satu pilar penting adalah meningkatkan pemahaman pajak baik di kalangan aparat daerah maupun pelaku usaha reklame. Tanpa langkah ini, validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame mungkin berjalan mekanis tetapi kurang berdampak terhadap peningkatan PAD.

### **Teknologi Informasi dan Digitalisasi sebagai Enabler Validasi dan Pendataan**

Era digital menghadirkan peluang besar bagi pengelolaan pajak daerah termasuk validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame melalui penerapan teknologi informasi dan digitalisasi. Studi oleh ADB (2019) dalam *“Modernizing Local Government Taxation in Indonesia”* menyebut bahwa digitalisasi sistem perpajakan daerah mendorong efisiensi, transparansi, dan akurasi data pajak.

Dalam praktik, penggunaan aplikasi berbasis SIG/GIS, sistem daring untuk pelaporan lapangan, dan pemetaan objek pajak reklame memungkinkan petugas lapangan melakukan verifikasi secara cepat dan data langsung termonitor. Hal ini mempercepat proses pemutakhiran database objek pajak, mengurangi kesalahan input, serta memungkinkan monitoring real time. Namun penerapan teknologi juga menghadapi tantangan: infrastruktur IT yang belum merata, keterbatasan akses petugas lapangan, dan resistensi perubahan dari metode manual ke digital. Tanpa pendampingan yang memadai, teknologi tersebut bisa menjadi investasi sia-sia.

Di sisi pengabdian masyarakat, maka metode pelatihan dan pendampingan harus mencakup aspek teknologi: dari pengenalan perangkat digital hingga aplikasi monitoring dan proses pelaporan lapangan. Dengan demikian, teknologi bukan hanya tersedia tetapi juga

digunakan secara optimal oleh aparat pajak daerah. Dengan teknologi sebagai enabler, validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame dapat bersinergi lebih baik sehingga data yang diperoleh lebih cepat, lebih akurat, dan lebih mudah diintegrasikan dalam sistem pajak daerah yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan PAD.

### **Penguatan Regulasi, Pengawasan dan Kepatuhan sebagai Penunjang Optimalisasi PAD**

Aspek regulasi, pengawasan, dan kepatuhan wajib pajak sebagai bagian integral dalam sistem perpajakan daerah. Validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame hanya akan berjalan optimal bila didukung oleh regulasi yang jelas, sanksi yang konsisten, serta pengawasan yang berjalan. Penelitian oleh Sulila (2019) di Gorontalo menemukan bahwa efektivitas pemungutan pajak reklame dan kepatuhan material memiliki pengaruh positif signifikan terhadap PAD.

Regulasi daerah yang memadai menentukan tarif pajak, prosedur pendaftaran dan pelaporan objek reklame, serta penegakan terhadap objek yang belum membayar atau belum terdaftar. Implementasi yang lemah dari regulasi menyebabkan banyak objek reklame beroperasi “di luar sistem”, yang menurunkan potensi penerimaan daerah. Studi analisis regulasi di DKI Jakarta oleh Siahaan (2024) memperlihatkan bahwa implementasi Perda objek pajak reklame masih menghadapi hambatan karena data objek belum lengkap dan pengawasan lapangan terbatas. Pengawasan terhadap objek pajak reklame mencakup pemantauan lapangan, penggunaan alat digital untuk identifikasi objek, serta penindakan terhadap pelanggaran izin atau pajak. Jika pengawasan tidak dilakukan secara rutin, maka pendataan potensi menjadi tidak efektif karena objek baru terus bermunculan tanpa terdeteksi.

Kepatuhan wajib pajak termasuk pelaku usaha reklame dipengaruhi oleh persepsi tentang keadilan sistem pajak, transparansi penggunaan pajak, dan keefektifan pengawasan. Tanpa kepatuhan, data objek yang sudah tervalidasi dan terdaftar tetap belum dapat menghasilkan penerimaan yang optimal karena pajak tidak dibayar atau terlambat. Penguatan regulasi, pengawasan, dan kepatuhan wajib pajak adalah prasyarat penting agar validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame benar-benar berkontribusi terhadap peningkatan PAD secara berkelanjutan. Tanpa aspek ini, upaya teknis saja meskipun canggih tidak cukup.



Gambar 2. Validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame

## **4. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame memiliki kontribusi yang nyata terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada perbaikan sistem administrasi pajak daerah, tetapi juga memperkuat kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan data pajak berbasis teknologi. Melalui proses pelatihan, pendampingan lapangan, dan forum diskusi multipihak, tercipta sinergi antara aparat pemerintah, pelaku usaha reklame, dan masyarakat dalam membangun sistem perpajakan daerah yang lebih transparan dan efisien. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan akurasi data, penemuan titik reklame baru yang belum terdaftar, serta meningkatnya kesadaran aparat terhadap pentingnya data yang tervalidasi sebagai dasar kebijakan fiskal. Semua hal tersebut

menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan digitalisasi dalam pengelolaan pajak daerah merupakan langkah strategis dalam memperkuat keuangan daerah secara berkelanjutan.

Selain menghasilkan peningkatan kompetensi teknis, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak sosial dan kelembagaan yang signifikan. Pemerintah daerah menjadi lebih terbuka terhadap penerapan inovasi teknologi dalam tata kelola pajak, sementara pelaku usaha reklame menunjukkan peningkatan kepatuhan terhadap regulasi pajak yang berlaku. Dengan demikian, validasi data dan pendataan reklame tidak hanya memberikan manfaat administratif, tetapi juga memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat sebagai mitra pembangunan daerah. Kegiatan ini membuktikan bahwa pengelolaan pajak berbasis data valid dan partisipasi masyarakat dapat menjadi salah satu pilar utama dalam mewujudkan kemandirian fiskal daerah di era digital.

## **5. SARAN**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan pengabdian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan dan peningkatan efektivitas program di masa mendatang. Pertama, pemerintah daerah disarankan untuk membentuk tim validasi data pajak daerah secara permanen yang bertugas melakukan pembaruan data secara berkala dengan dukungan teknologi informasi. Penguatan infrastruktur digital juga sangat diperlukan agar proses pengumpulan, penyimpanan, dan analisis data pajak dapat dilakukan secara real-time dan terintegrasi lintas bidang. Selain itu, perlu dilakukan pengembangan aplikasi lokal berbasis GIS (Geographic Information System) yang dapat memetakan seluruh objek reklame aktif di wilayah kota secara otomatis. Dengan cara ini, pengawasan dan penagihan pajak dapat dilakukan lebih cepat, transparan, dan akurat.

Kegiatan pengabdian seperti ini perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan memperluas cakupan pajak daerah lain, seperti pajak restoran, hotel, dan hiburan, agar dampaknya terhadap PAD semakin luas. Pemerintah daerah juga disarankan untuk melibatkan perguruan tinggi dalam kegiatan monitoring dan evaluasi berkelanjutan, sehingga sinergi antara akademisi dan birokrat dapat terus menghasilkan inovasi kebijakan publik berbasis riset. Terakhir, penting bagi pemerintah untuk menanamkan budaya kerja berbasis data di kalangan aparatur daerah. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan profesionalitas aparatur, tetapi juga memperkuat sistem tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel demi tercapainya peningkatan PAD yang berkeadilan dan berkelanjutan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH NARASI**

Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan yang berfokus pada validasi data objek pajak dan pendataan potensi reklame tidak akan dapat terlaksana dengan baik tanpa adanya kerja sama dan bantuan dari berbagai pihak. Terima kasih secara khusus disampaikan kepada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta data yang diperlukan selama proses kegiatan berlangsung. Dukungan mereka dalam menyediakan akses informasi dan partisipasi aktif para pegawai di lapangan menjadi faktor penting keberhasilan program ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan tim pengabdian, dosen pembimbing, serta pihak universitas yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama pelaksanaan program. Tidak lupa apresiasi diberikan kepada masyarakat dan pelaku usaha reklame yang telah bersedia berpartisipasi dalam kegiatan pendataan dan forum diskusi. Keterbukaan mereka dalam berbagi informasi dan pengalaman telah memperkaya hasil kegiatan ini serta membantu dalam menghasilkan rekomendasi kebijakan yang lebih komprehensif. Semoga kegiatan pengabdian ini dapat menjadi langkah kecil namun bermakna dalam mendukung upaya pemerintah daerah meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui tata kelola pajak yang lebih efektif, transparan, dan berbasis data valid.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah, M. R., & Puspita, A. (2022). Validasi data pajak daerah untuk meningkatkan efektivitas penerimaan PAD. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(1), 55–68.
- Adelia, S. P., & Kumaratih, I. (2020). Pengaruh kepatuhan wajib pajak, mekanisme izin pemasangan reklame dan pengetahuan wajib pajak terhadap penerimaan pajak daerah Kota Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 19(1).
- Alamsyah, R., & Siregar, F. (2021). Optimalisasi potensi pajak reklame dalam peningkatan pendapatan asli daerah Kota Medan. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 3(2), 101–112.
- Astuti, S., & Kurniawan, H. (2020). Analisis efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(2), 88–101.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Pendapatan Asli Daerah 2018–2023*. Jakarta: BPS Indonesia.
- Dewi, N. P., & Sudiarta, I. K. (2023). Upaya penegakan hukum terhadap pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar. *Kertha Desa*.
- Diki, I., Jaurino, & Sari, W. (2022). Analisis efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kota Pontianak. *Jurnal Akuntansi, Auditing dan Investasi (JAADI)*, 2(1), 33–40.
- Fitriani, D., & Prasetyo, A. (2023). Pendataan potensi pajak daerah berbasis digital di era transformasi fiskal. *Jurnal Administrasi Publik dan Keuangan Daerah*, 5(1), 34–49.
- Kusuma, R. A., & Hidayat, N. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi dalam validasi data pajak reklame di Pemerintah Daerah Surabaya. *Jurnal Teknologi Pemerintahan*, 8(3), 125–140.
- Lestari, W., & Santoso, B. (2021). Strategi peningkatan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame dan pajak hotel di era digitalisasi. *Jurnal Kebijakan Fiskal*, 9(1), 65–82.
- Maulana, K. S. O. (2021). Kebijakan validasi Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).
- Nugroho, Y., & Sari, M. (2022). Peran validasi data pajak reklame terhadap transparansi dan akuntabilitas PAD. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 14(2), 145–160.
- Nur Virgian Syah, M., & Hanifa, N. (2022). Pengaruh pajak reklame dan pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah di Kota Surabaya. *INDEPENDENT: Journal of Economics*, 2(2), 1–11.
- Pratiwi, A., & Ilham. (2024). Pengaruh pajak hiburan, pajak reklame dan pajak parkir terhadap penerimaan pajak daerah Kota Yogyakarta. *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2).
- Rorong, T., Swandari, N., & Budiarmo, C. (2023). Analisis perhitungan pemungutan dan pelaporan pajak reklame atas pemasangan billboard pada CV Karya Wenang Manado. *RAPInvestasi*.
- Siahaan, D. G. R. (2021). Efektivitas validasi BPHTB terhadap ketidaksesuaian nilai objek pajak.
- Siregar, D. R., & Yusuf, A. (2020). Efektivitas pendataan objek pajak reklame dalam meningkatkan PAD Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 6(4), 233–245.
- Wongso, F. (2016). Perancangan sistem pencatatan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Kota Pekanbaru dengan metode Visual Basic. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 160–180.
- Wulandari, N., & Rahman, I. (2023). Transformasi digital dalam tata kelola pajak daerah: Studi kasus pada Bapenda Kota Surabaya. *Jurnal Transformasi Digital Pemerintahan*, 2(1), 77–95.