

PERAN SOSIALISASI PAJAK DALAM MEMODERASI LITERASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI KOTA MAKASSAR

Amalia Rezky Ramadhani Aras¹, Andi Mappatempo², Amran³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Makassar

amaliarezkyramadhani@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tax literacy on the compliance of MSME taxpayers in Makassar City, with tax socialization as a moderating variable. MSMEs play a significant role in Indonesia's economy, contributing over 60% of GDP and absorbing more than 97% of the workforce. However, MSME taxpayer compliance in Makassar remains below 70% of registered taxpayers. This research uses a quantitative approach with an associative causal design. Data were collected through questionnaires distributed to 100 MSME respondents selected using purposive sampling from those registered under the Makassar City Cooperative and MSME Office. Data analysis was conducted using Moderated Regression Analysis (MRA) with SPSS software. The results show that tax literacy has a significant positive effect on taxpayer compliance ($t\text{-value} = 3.709 > t\text{-table} = 1.985$; $\text{sig.} = 0.001$). Tax socialization also positively and significantly affects compliance ($t\text{-value} = 2.159 > t\text{-table} = 1.985$; $\text{sig.} = 0.002$). Furthermore, tax socialization significantly strengthens the effect of tax literacy on compliance ($t\text{-value} = 3.393 > t\text{-table} = 1.985$; $\text{sig.} = 0.001$), categorized as quasi moderation because it functions both as an independent variable and a moderating variable. The coefficient of determination (R^2) reaches 0.853, meaning the model explains 85.3% of variance in taxpayer compliance. These findings emphasize the importance of enhancing tax literacy supported by effective socialization programs to encourage consistent MSME taxpayer compliance.

Keywords: *Tax Literacy, Tax Socialization, Taxpayer Compliance, MSMEs, Makassar City*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Makassar masih berada di bawah 70% dari total wajib pajak yang terdaftar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dari UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. Analisis data menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ($t\text{-hitung} = 3,709 > t\text{-tabel} = 1,985$; $\text{sig.} = 0,001$). Sosialisasi pajak juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan ($t\text{-hitung} = 2,159 > t\text{-tabel} = 1,985$; $\text{sig.} = 0,002$). Selanjutnya, sosialisasi pajak terbukti memperkuat pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan ($t\text{-hitung} = 3,393 > t\text{-tabel} = 1,985$; $\text{sig.} = 0,001$), dikategorikan sebagai quasi moderation

karena berperan sekaligus sebagai variabel independen dan variabel moderasi. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,853, artinya model mampu menjelaskan 85,3% variasi kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi perpajakan yang didukung oleh sosialisasi yang efektif untuk mendorong kepatuhan wajib pajak UMKM secara konsisten.

Kata Kunci: Literasi Pajak, Sosialisasi Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, UMKM, Kota Makassar

A. Pendahuluan

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang berfungsi strategis dalam mendukung pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan nasional. Secara yuridis, pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada negara, bersifat memaksa berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan, tanpa imbalan langsung, dan digunakan untuk membiayai kebutuhan negara demi kemakmuran rakyat (UU No. 16 Tahun 2009). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu objek pajak yang memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi terhadap pembiayaan pembangunan nasional. UMKM berfungsi sebagai pilar utama perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja serta peningkatan nilai tambah ekonomi. Berdasarkan Laporan Data Statistik Daerah Kota Makassar Tahun 2024, sektor UMKM

menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di tingkat nasional dan memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (BPS Makassar, 2024). Di Kota Makassar, terdapat 32.739 unit UMKM yang aktif bergerak di berbagai sektor, termasuk perdagangan, jasa, kuliner, serta industri kreatif (Pemkot Makassar, 2024).

Meskipun UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, kontribusinya terhadap penerimaan pajak masih belum mencapai tingkat optimal. Berdasarkan Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Tahun 2024, tingkat pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan bagi pelaku UMKM di Kota Makassar masih berada di bawah 70% dari total wajib pajak yang terdaftar (DJP, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM masih tergolong rendah.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketidakpatuhan pajak UMKM dipengaruhi oleh

kurangnya pemahaman mengenai regulasi perpajakan, pandangan bahwa proses administrasi pajak dianggap kompleks, serta keterbatasan akses terhadap informasi perpajakan (Permana, 2025; Sitorus & Gunarso, 2023; Widyaningsih et al., 2025). Literasi pajak mencakup kemampuan wajib pajak untuk memahami fungsi pajak, mengenali kewajiban perpajakannya, serta menjalankan pelaporan pajak dengan benar (Ristante & Budiantara, 2024).

Sosialisasi pajak merupakan instrumen strategis DJP yang berfungsi meningkatkan pemahaman wajib pajak melalui kegiatan penyuluhan, seminar, bimbingan administratif, serta pemanfaatan media digital (Suhono et al., 2022). Hubungan antara literasi perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Kota Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah UMKM yang besar dan tingkat digitalisasi ekonomi yang terus meningkat. Program sosialisasi

perpajakan di Makassar telah dilakukan secara intensif, namun tingkat kepatuhan UMKM masih berada di bawah target. Sebagian besar penelitian sebelumnya terkait literasi pajak dan sosialisasi pajak dilakukan di wilayah Jawa, sehingga konteks Kota Makassar menjadi lingkungan penelitian yang penting untuk memberikan bukti empiris baru bagi wilayah Indonesia Timur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) untuk mengetahui pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar; dan (2) untuk mengetahui peran sosialisasi pajak dalam memoderasi hubungan antara literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Penelitian bersifat asosiatif kausal karena berupaya menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta bagaimana variabel moderasi memperkuat hubungan di antara keduanya (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan di Kota Makassar,

dengan fokus pada UMKM mikro dan kecil yang berada dalam binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar, dilaksanakan pada bulan Januari hingga Februari 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM kategori mikro dan kecil yang berada dalam binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar serta telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan berstatus sebagai Wajib Pajak aktif, berjumlah 32.260 unit (Pemkot Makassar, 2024). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) pelaku UMKM kategori mikro atau kecil sesuai UU No. 20 Tahun 2008; (2) memiliki NPWP dan berstatus wajib pajak aktif; (3) memiliki kegiatan usaha yang masih berjalan; dan (4) berdomisili atau beroperasi di wilayah Kota Makassar. Menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebesar 100 responden.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Kuesioner disebarakan melalui Google Form secara daring maupun pendampingan langsung. Variabel independen (X) adalah literasi pajak

yang diukur dengan 4 indikator: (1) pemahaman terhadap fungsi dan manfaat pajak; (2) pengetahuan mengenai peraturan dan prosedur; (3) kemampuan menghitung, membayar dan melaporkan pajak; dan (4) kesadaran terhadap hak dan kewajiban perpajakan. Variabel moderasi (M) adalah sosialisasi pajak yang diukur melalui 4 indikator: (1) intensitas sosialisasi; (2) metode sosialisasi; (3) kejelasan materi sosialisasi; dan (4) dukungan media sosialisasi. Variabel dependen (Y) adalah kepatuhan wajib pajak yang diukur melalui 4 indikator: (1) ketepatan waktu pelaporan SPT; (2) kebenaran pengisian SPT; (3) ketepatan waktu pembayaran pajak; dan (4) kepatuhan terhadap ketentuan perpajakan.

Metode analisis data menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) dengan persamaan: $Y = \alpha + \beta_1X + \beta_2M + \beta_3XM + \epsilon$. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji instrumen (validitas dan reliabilitas) serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Seluruh analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan 100 responden pelaku UMKM di Kota Makassar. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi perempuan (65%) dan laki-laki (35%). Kelompok usia 25–34 tahun mendominasi sebanyak 49 responden, diikuti kelompok 35–44 tahun sebanyak 33 responden. Dari sisi pendidikan, responden didominasi lulusan SMA/SMK (56%) dan Sarjana (44%).

Berdasarkan jenis usaha, sektor perdagangan mendominasi (46%), diikuti makanan/minuman (29%), jasa (18%), dan industri (7%). Lama usaha 1–3 tahun mendominasi sebanyak 50 responden. Dari sisi omset tahunan, sebagian besar berada pada rentang Rp50–100 juta (46%). Sumber sosialisasi utama responden berasal dari Direktorat Jenderal Pajak (47%), Dinas Koperasi/UMKM (32%), dan media sosial/online (21%).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	35	35,0%
	Perempuan	65	65,0%
Usia	< 25 Tahun	13	13,0%
	25 – 34 Tahun	49	49,0%
	35 – 44 Tahun	33	33,0%
	45 – 54 Tahun	4	4,0%
	> 55 Tahun	1	1,0%
Pendidikan	SMA/SMK	56	56,0%
	Sarjana	44	44,0%
Jenis Usaha	Perdagangan	46	46,0%
	Makanan/Minuman	29	29,0%
	Jasa	18	18,0%
	Industri	7	7,0%
Sumber Sosialisasi	Direktorat Jenderal Pajak	47	47,0%
	Dinas Koperasi/UMKM	32	32,0%
	Media Sosial/Online	21	21,0%
Total		100	100,0%

Sumber: Data primer diolah, 2026

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel

Literasi Pajak (X), Sosialisasi Pajak (M), dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) memiliki nilai r-hitung yang lebih besar

daripada nilai r -tabel sebesar 0,1966 ($df = 98$; $\alpha = 5\%$), dengan nilai signifikansi 0,00 untuk semua item. Sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi, yaitu Literasi Pajak (X) sebesar 0,922, Sosialisasi Pajak (M) sebesar 0,939, dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) sebesar 0,933. Karena nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih besar dari nilai standar 0,60 (Ghozali, 2021), maka seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan grafik Histogram dan Normal P-P Plot menunjukkan bahwa sebaran data membentuk pola lonceng (bell-shaped) yang simetris, dan titik-titik data pada grafik P-P Plot menyebar di sekitar garis diagonal. Hal ini memberikan

bukti bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki nilai Tolerance sebesar 0,960 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,042 (< 10), sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot menunjukkan titik-titik data menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini dikonfirmasi oleh uji Glejser yang menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel Literasi Pajak sebesar 0,064 dan variabel Sosialisasi Pajak sebesar 0,078, keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4. Hasil Moderated Regression Analysis (MRA)

Analisis data menggunakan Moderated Regression Analysis menghasilkan persamaan regresi: $Y = 7,294 + 0,477X + 0,126M + 0,028XM + \epsilon$. Hasil pengujian secara lengkap disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Moderated Regression Analysis

Variabel	Koefisien (B)	Beta	t-hitung	Sig.	Keterangan
Literasi Pajak (X)	0,477	0,489	3,709	0,001	Signifikan
Sosialisasi Pajak (M)	0,126	0,081	2,159	0,002	Signifikan
Interaksi (X $\times$ M)	0,028	0,644	3,393	0,001	Signifikan
R = 0,926 R² = 0,853 F-hitung = 192,409 Sig. = 0,000					

Sumber: Data primer diolah, SPSS 2026

5. Pengujian Hipotesis

H1: Pengaruh Literasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi pajak memiliki koefisien regresi (b_1) sebesar 0,477 dengan nilai t-hitung sebesar 3,709 yang lebih besar dari t-tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, Hipotesis Pertama (H1) diterima, artinya literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar. Setiap peningkatan literasi pajak akan diikuti dengan peningkatan kepatuhan wajib pajak secara nyata.

Temuan ini konsisten dengan Theory of Planned Behavior yang menjelaskan bahwa literasi pajak berperan sebagai faktor pembentuk sikap positif (attitude toward behavior) terhadap kewajiban perpajakan, sekaligus meningkatkan kontrol perilaku (perceived behavioral control) dalam melakukan perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak secara mandiri. Hasil ini juga memperkuat Tax Compliance Theory yang menekankan bahwa kepatuhan sukarela dapat terbentuk melalui pemahaman yang baik terhadap fungsi dan manfaat pajak (Ristanto & Budiantara, 2024).

Temuan penelitian ini didukung oleh Aini et al. (2025) dan Saharani (2023) yang menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Widyaningsih et al. (2025) juga menemukan bahwa literasi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Tingkat pendidikan responden yang didominasi oleh lulusan SMA hingga Sarjana turut memperkuat hasil penelitian ini, karena tingkat pendidikan berperan dalam meningkatkan kemampuan memahami informasi perpajakan secara lebih rasional dan sistematis.

H2: Peran Sosialisasi Pajak dalam Memoderasi Literasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel interaksi antara literasi pajak dan sosialisasi pajak ($X \times M$) memiliki koefisien regresi (b_3) sebesar 0,028 dengan nilai t-hitung sebesar 3,393 yang lebih besar dari t-tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, Hipotesis Kedua (H2) diterima, artinya sosialisasi pajak secara nyata berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat (strengthening) pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar.

Berdasarkan tinjauan teknis klasifikasi moderasi, sosialisasi pajak dalam penelitian ini dikategorikan sebagai Quasi Moderation (moderasi semu). Hal ini dikarenakan variabel sosialisasi berpengaruh signifikan secara mandiri sebagai variabel independen (t -hitung = 2,159; sig. = 0,002) dan juga signifikan dalam interaksinya dengan literasi pajak. Sosialisasi pajak memiliki peran ganda: selain memperkuat pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan, sosialisasi pajak juga memiliki peran krusial secara langsung dalam meningkatkan taraf kepatuhan wajib pajak UMKM.

Dari perspektif Theory of Planned Behavior, sosialisasi perpajakan memperkuat norma subjektif (subjective norm) melalui penyampaian informasi dan dorongan sosial, serta meningkatkan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) dengan memberikan kejelasan prosedur dan pendampingan teknis. Sosialisasi pajak membantu wajib pajak memahami informasi perpajakan secara lebih jelas sehingga pemahaman yang dimiliki dapat diterapkan secara nyata dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan.

Dominasi responden pada kelompok usia produktif (25–34 tahun) turut memperkuat hasil penelitian ini karena

kelompok usia tersebut cenderung lebih terbuka terhadap informasi perpajakan yang disampaikan melalui kegiatan sosialisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aini et al. (2025) yang menjelaskan bahwa sosialisasi pajak mampu memperkuat hubungan antara literasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak UMKM, serta Widyaningsih et al. (2025) yang menegaskan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan berperan dalam meningkatkan efektivitas literasi pajak dalam mendorong kepatuhan wajib pajak.

6. Uji Model (Uji F) dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2, diperoleh nilai F -hitung sebesar 192,409 yang jauh lebih besar dari F -tabel sebesar 2,70 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang melibatkan Literasi Pajak, Sosialisasi Pajak, dan interaksi keduanya secara simultan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Model ini dinyatakan sangat layak dan merupakan prediktor yang valid untuk menjelaskan fenomena kepatuhan wajib pajak UMKM.

Nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,853 atau 85,3% menunjukkan daya eksplanasi model yang sangat kuat. Artinya, variabel Literasi Pajak, Sosialisasi Pajak, serta interaksi antara keduanya mampu memberikan kontribusi penjelasan sebesar 85,3% terhadap naik turunnya tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Makassar. Sisanya sebesar 14,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti sanksi perpajakan, tingkat pendapatan, kualitas pelayanan fiskus, atau sanksi pidana pajak.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, literasi pajak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar (t -hitung = 3,709; sig. = 0,001). Pemahaman mengenai hak dan kewajiban perpajakan serta prosedur administrasinya menjadi dasar penting bagi pelaku UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakan secara mandiri dan lebih bertanggung jawab.

Kedua, sosialisasi pajak berperan signifikan sebagai variabel moderasi (quasi moderation) yang memperkuat pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (t -hitung = 3,393; sig. = 0,001). Intensitas penyampaian informasi oleh otoritas perpajakan tidak hanya memperkuat efektivitas literasi yang dimiliki wajib pajak, tetapi juga secara langsung berkontribusi dalam meningkatkan kepatuhan (t -hitung = 2,159; sig. = 0,002). Model penelitian ini mampu menjelaskan 85,3% variasi kepatuhan wajib pajak UMKM.

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan: (1) bagi Direktorat Jenderal Pajak, agar mengembangkan strategi edukasi yang disesuaikan dengan karakteristik pelaku UMKM melalui pemanfaatan media digital yang interaktif dan pendampingan langsung yang berkelanjutan; (2) bagi pelaku UMKM, agar meningkatkan partisipasi aktif dalam memanfaatkan fasilitas edukasi perpajakan yang disediakan instansi terkait; dan (3) bagi peneliti selanjutnya, agar mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti sanksi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, maupun tingkat pendapatan

wajib pajak untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). Sosialisasi pajak sebagai moderasi pengaruh literasi pajak dan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 5(02), 84–98. <https://doi.org/10.47701/bismak.v5i0.1.5386>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alm, J., & Torgler, B. (2006). Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. *Journal of Economic Psychology*, 224–246.
- Badan Pusat Statistik Makassar. (2024). *Statistik daerah Kota Makassar 2024* BPS Makassar.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024). *Laporan kinerja DJP tahun 2024*. Kementerian Keuangan RI.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kementerian Keuangan RI. (2023). *Undang-Undang ketentuan umum dan tata cara perpajakan*. Kemenkeu RI.
- Noviyanti, R. (2025). Sosialisasi pajak dan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 4.
- Paulus, H., & Tarmidi, D. (2023). Analisis kepatuhan pajak UMKM di masa pandemi Covid-19: Dampak pengetahuan, sanksi, sosialisasi, dan penerapan e-filling. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 21(2), 173–187.
- Pemkot Makassar. (2024). *Data UMKM Kota Makassar*. <https://data.makassarkota.go.id/>
- Permana, S. (2025). Pengaruh sosialisasi pajak dan kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19, 26458–26462.
- Ristanto, N., & Budiantara, M. (2024). Pengaruh literasi pajak, kesadaran pajak, dan e-filling terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 7(2).
- Saharani, S. (2023). Pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak badan. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 4(5), 5605–5614.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Sitorus, B. R., & Gunarso, P. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan insentif pajak UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan(Bijak)*, 5(1), 48–57.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D..*
- Suhono, Rizal, A., & Batu, R. L. (2022). Sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 2(1).
- Widyaningsih, A., et al. (2025). Literasi pajak, sosialisasi, dan moral pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 11(1).