



Pengaruh Kualitas Sosialisasi Perpajakan dan *Tax Morale* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

(Study pada UMKM Sektor Perdagangan di Kabupaten Dompu)

Firda Rabiatul Ain^{1*}, Samsudin², Dian Urna Fasihat³

¹Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Indonesia

²⁻³Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Indonesia

*Penulis Korespondensi: dhevainjak@gmail.com¹

Abstract. *This study aims to analyze the influence of the quality of tax outreach and tax morale on tax compliance among MSME taxpayers in the trade sector in Dompu Regency. Using a quantitative associative approach with simple random sampling, the study sample consisted of 96 respondents, calculated based on the Lemeshow formula. Primary data were collected through a structured questionnaire and analyzed using multiple linear regression techniques with SPSS version 27 software. The test results indicate that, both partially and simultaneously, the quality of tax socialization and tax morale have a positive and significant effect on MSME taxpayer compliance; thus, all hypotheses (H_1 , H_2 , and H_3) are accepted. The combination of external factors namely communicative education and internal factors namely voluntary moral awareness contributed 45.3% to the variation in taxpayer compliance, while the remaining 54.7% was influenced by other factors outside the research model. These findings confirm that improved compliance among MSME operators in Dompu Regency is optimally achieved when an understanding of regulations resulting from effective outreach is combined with a strong sense of moral responsibility as citizens.*

Keywords: Dompu Regency; Mandatory Compliance; Moral Tax; Tax Socialization; Trade MSMEs.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas sosialisasi perpajakan dan *tax morale* terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu. Menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode *simple random sampling*, sampel penelitian ini berjumlah 96 responden yang dihitung berdasarkan rumus Lemeshow. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, kualitas sosialisasi perpajakan dan *tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sehingga seluruh hipotesis (H_1 , H_2 , dan H_3) dinyatakan diterima. Kombinasi faktor eksternal berupa edukasi yang komunikatif serta faktor internal berupa kesadaran moral sukarela ini memberikan kontribusi sebesar 45,3% terhadap variasi kepatuhan wajib pajak, sementara 54,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepatuhan pelaku UMKM di Kabupaten Dompu tercapai secara optimal ketika pemahaman regulasi hasil sosialisasi yang efektif berpadu dengan rasa tanggung jawab moral yang tinggi sebagai warga negara.

Kata Kunci: Kabupaten Dompu; Kepatuhan Wajib; Sosialisasi Perpajakan; Tax Morale; UMKM Perdagangan.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Yolanda *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional belum diikuti oleh optimalnya kontribusi terhadap penerimaan pajak.

Rendahnya penerimaan pajak dari sektor UMKM menunjukkan adanya permasalahan dalam

Naskah Masuk: 28 Februari 2026; Revisi: 28 Maret 2026; Diterima: 28 April 2026; Terbit: 30 April 2026

tingkat kepatuhan wajib pajak, khususnya dalam pengambilan keputusan untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM masih relatif rendah akibat keterbatasan pemahaman perpajakan serta rendahnya kesadaran dalam memenuhi kewajiban pajak (Hidayat *et al.*, 2024).

Secara konseptual, sosialisasi perpajakan merupakan bagian dari proses komunikasi publik yang dilakukan pemerintah untuk menyampaikan informasi, edukasi, dan pemahaman kepada masyarakat terkait peraturan, prosedur, serta manfaat pajak (Putri *et al.*, 2023). Sehingga salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan adalah kualitas sosialisasi perpajakan. Dalam perspektif teori komunikasi, efektivitas suatu sosialisasi sangat ditentukan oleh kejelasan pesan, media yang digunakan, serta kemampuan penyampai informasi dalam menjangkau dan memengaruhi penerima pesan (Amalia *et al.*, 2022). Sosialisasi yang berkualitas tidak hanya dilihat dari frekuensi pelaksanaan, tetapi juga dari kejelasan materi, metode penyampaian, serta relevansi informasi yang diberikan kepada wajib pajak. Menurut Direktorat Jenderal Pajak (2022), sosialisasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak melalui penyampaian informasi yang sistematis dan berkelanjutan. Dengan demikian, sosialisasi yang efektif diharapkan mampu membentuk perilaku patuh wajib pajak secara sukarela, karena wajib pajak memiliki pemahaman yang memadai mengenai kewajiban dan manfaat pajak bagi pembangunan negara. Hal ini sejalan dengan penelitian Rositayani, (2021) yang menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Selain itu, penelitian A'idah, (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga berperan penting dalam meningkatkan efektivitas pemahaman perpajakan.

Lebih lanjut, penelitian Azzahra, (2026) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, kesadaran, dan pemahaman perpajakan secara bersama-sama mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan kombinasi antara faktor eksternal berupa sosialisasi dan faktor internal berupa kesadaran atau moral wajib pajak. Dalam kajian perilaku perpajakan, faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan sosialisasi perpajakan, serta faktor internal yang berasal dari dalam diri individu (Yulianti *et al.*, 2022). *Tax morale* termasuk dalam faktor internal karena berkaitan dengan nilai, sikap, dan kesadaran moral wajib pajak dalam memandang kewajiban perpajakan. Menurut Wardani, (2023) *Tax morale* diartikan sebagai

kesediaan individu untuk memenuhi kewajiban pajak berdasarkan kesadaran moral dan rasa tanggung jawab sebagai warga negara. Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal seperti sosialisasi atau sanksi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal yang melekat pada diri individu. Sejalan dengan Penelitian Tanggu, (2021) menunjukkan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Rositayani, (2021) yang menyatakan bahwa kewajiban moral turut memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor moral dan kesadaran internal menjadi pendorong utama dalam menciptakan kepatuhan pajak secara sukarela.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Tax morale* merupakan faktor internal yang memiliki peran penting dalam memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi *Tax morale* yang dimiliki individu, maka semakin besar kemungkinan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sadar dan tanpa paksaan. Berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* memiliki peran penting dalam memengaruhi kepatuhan wajib pajak, meskipun terdapat perbedaan hasil penelitian atau *research gap*, khususnya terkait efektivitas sosialisasi perpajakan. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada wilayah perkotaan atau objek tertentu seperti mahasiswa, sehingga penelitian dalam konteks UMKM di daerah seperti Kabupaten Dompu masih terbatas. Secara nasional, data Direktorat Jenderal Pajak menunjukkan bahwa dari sekitar 64 juta pelaku UMKM, hanya sekitar 2,3 juta atau 3,6% yang terdaftar sebagai wajib pajak, dengan tingkat kepatuhan pelaporan yang masih relatif rendah, yaitu di bawah 20% (DJP, 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi penerimaan pajak dari sektor UMKM. Pada tingkat daerah, laporan Badan Pusat Statistik Kabupaten Dompu menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor dominan dalam struktur ekonomi daerah, terutama pada sektor perdagangan dan jasa (BPS Dompu, 2024).

Berdasarkan observasi awal, kondisi tersebut juga secara nyata terjadi pada pelaku UMKM di Kabupaten Dompu. Berdasarkan data Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Dompu, pada periode 2018–2022 tercatat sebanyak 15.249 wajib pajak usahawan orang pribadi yang terdaftar, namun hanya 9.628 wajib pajak yang melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) (Nadila *et al.*, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat kepatuhan wajib pajak masih belum optimal. Selain itu, tingkat kepatuhan wajib pajak di Kabupaten Dompu juga mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, yaitu sebesar 78% pada tahun 2018, kemudian menurun menjadi 57% pada tahun 2019, dan mengalami penurunan drastis menjadi 22% pada tahun 2020. Meskipun sempat meningkat

menjadi 67% pada tahun 2021, tingkat kepatuhan kembali menurun menjadi 57% pada tahun 2022. Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu masih belum stabil dan cenderung mengalami penurunan pada periode tertentu. Penurunan yang signifikan, terutama pada tahun 2020, menunjukkan adanya permasalahan mendasar yang memengaruhi keputusan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kondisi ini diduga berkaitan dengan belum optimalnya kualitas sosialisasi perpajakan yang diterima oleh wajib pajak, sehingga pemahaman terhadap aturan perpajakan masih terbatas (Nadila *et al.*, 2025). Selain itu, faktor internal berupa rendahnya tingkat *Tax morale* juga dapat memengaruhi perilaku wajib pajak, di mana kesadaran dan tanggung jawab moral dalam membayar pajak belum terbentuk secara optimal. Dengan demikian, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, khususnya pada sektor perdagangan di Kabupaten Dompu.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini terletak pada rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM meskipun sektor ini memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi penerimaan pajak dan realisasi yang dicapai. Selain itu, efektivitas kualitas sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal masih belum menunjukkan hasil yang konsisten dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Di sisi lain, faktor internal berupa *Tax morale* juga diduga belum terbentuk secara optimal, sehingga memengaruhi keputusan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Permasalahan tersebut semakin kompleks karena masih terbatasnya penelitian yang mengkaji kedua faktor tersebut secara bersamaan, khususnya pada UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* terhadap keputusan wajib pajak UMKM, khususnya pada sektor perdagangan di Kabupaten Dompu.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Sosialisasi Perpajakan

Kualitas sosialisasi perpajakan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan. Sosialisasi perpajakan dapat diartikan sebagai upaya pemerintah dalam menyampaikan informasi, edukasi, serta pemahaman kepada masyarakat terkait ketentuan, prosedur, dan manfaat perpajakan. Kualitas sosialisasi tidak hanya ditentukan oleh intensitas penyampaian, tetapi juga oleh kejelasan materi, metode komunikasi yang digunakan, serta efektivitas

jangkauan kepada wajib pajak. Dalam perspektif teori komunikasi, efektivitas penyampaian informasi sangat dipengaruhi oleh kejelasan pesan, media yang digunakan, serta interaksi antara komunikator dan komunikan. Penelitian Kadek, (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Selain itu Hana, (2021) menemukan bahwa sosialisasi mampu memperkuat pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, Sumule (2023) menyatakan bahwa pengaruh sosialisasi tidak selalu signifikan, sehingga efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas pelaksanaannya. Menurut konsep komunikasi dan penelitian terdahulu, kualitas sosialisasi dapat diukur melalui indikator berikut (Trias *et al.*, 2025) yaitu: (1) Kejelasan materi sosialisasi, (2) Kemudahan pemahaman informasi, (3) Metode/ media sosialisasi yang digunakan, (4) Frekuensi pelaksanaan sosialisasi, (5) Interaksi antara petugas pajak dan wajib pajak dan (6) Kesesuaian materi dengan kebutuhan wajib pajak.

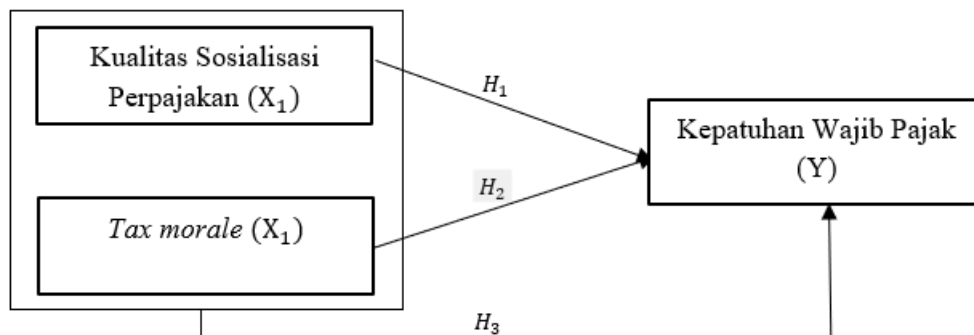
Tax Morale

Pencatatan keuangan merupakan bagian penting dari sistem akuntansi yang berfungsi untuk mencatat seluruh transaksi keuangan secara sistematis dan kronologis. Menurut Arviani (2024), pencatatan keuangan yang baik akan menghasilkan informasi keuangan yang akurat dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial. *Tax morale* merupakan faktor internal yang mencerminkan sikap, nilai, dan kesadaran moral individu dalam memandang kewajiban membayar pajak. *Tax morale* berkaitan dengan motivasi intrinsik wajib pajak untuk patuh tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak luar. Dalam perspektif teori perilaku, *Tax morale* dipengaruhi oleh norma sosial, kepercayaan terhadap pemerintah, serta persepsi keadilan dalam sistem perpajakan (Saga *et al.*, 2026) Wajib pajak yang memiliki tingkat *Tax morale* yang tinggi cenderung memiliki kesadaran bahwa membayar pajak merupakan tanggung jawab sebagai warga negara. Sebaliknya, rendahnya *Tax morale* dapat menyebabkan kecenderungan untuk menghindari kewajiban perpajakan (Saputri *et al.*, 2025). Penelitian Tanggu (2021) menunjukkan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran moral wajib pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan dalam memenuhi kewajiban pajak. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Rositayani, (2021) yang menyatakan bahwa kewajiban moral memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa *Tax morale* merupakan faktor internal yang memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan wajib pajak. Semakin tinggi tingkat *tax morale*, maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk patuh secara sukarela. Menurut Merliyana, (2025) *Tax morale* dapat diukur melalui

indikator berikut: (1) Kesadaran moral membayar pajak sebagai kewajiban, (2) Rasa tanggung jawab sebagai warga negara, (3) Persepsi keadilan sistem perpajakan, (4) Kepercayaan terhadap pemerintah dan (5) Sikap terhadap kepatuhan pajak (sukarela/tidak).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan tindakan atau pilihan yang diambil oleh individu dalam menentukan apakah akan memenuhi kewajiban perpajakan atau tidak. Dalam teori perilaku, keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor eksternal seperti sosialisasi dan kebijakan pemerintah, maupun faktor internal seperti kesadaran dan moral individu (Palupi *et al.*, 2023). Menurut Azzahra, (2026) kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kombinasi antara sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan pemahaman perpajakan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi dari berbagai variabel yang saling berkaitan. Kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator dalam Muhamad & Pangayow, (2019) sebagai berikut: (1) Kepatuhan dalam mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, (2) Kepatuhan dalam menghitung dan membayar pajak, (3) Kepatuhan dalam melaporkan pajak tepat waktu dan (4) Kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakan.



Gambar 1. Kerangka Berpikir.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris melalui pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis digunakan sebagai dasar untuk menguji hubungan maupun pengaruh antar variabel yang diteliti, baik secara parsial maupun simultan (Sugiyono, 2022). Berikut hipotesis penelitian ini

Pengaruh Kualitas Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Dompu

Kualitas sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam menyampaikan informasi, edukasi, dan pemahaman kepada wajib pajak terkait

peraturan, prosedur, serta manfaat perpajakan (Sinuhaji *et al.*, 2024). Sosialisasi yang berkualitas tidak hanya dilihat dari frekuensi penyampaian, tetapi juga dari kejelasan materi, metode penyampaian yang digunakan, serta kemampuan menjangkau wajib pajak secara efektif. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, informasi yang diterima individu akan memengaruhi sikap dan persepsi, yang pada akhirnya menentukan perilaku, termasuk dalam hal kepatuhan perpajakan (Jehadun *et al.*, 2024). Oleh karena itu, sosialisasi perpajakan yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak sehingga mendorong perilaku patuh. Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara tepat waktu. Kepatuhan ini sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan kesadaran wajib pajak terhadap pentingnya pajak bagi negara (Graha *et al.*, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Rositayani, (2021) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Selain itu, penelitian A'idah (2021) juga menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, penelitian Sumule (2023) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak, yang menunjukkan bahwa efektivitas sosialisasi sangat bergantung pada kualitas pelaksanaannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Diduga kualitas sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu.

Pengaruh Tax morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Dompu

Tax morale merupakan sikap moral, nilai, dan kesadaran individu dalam memandang kewajiban membayar pajak sebagai bentuk tanggung jawab terhadap negara (Saputri *et al.*, 2025). *Tax morale* mencerminkan motivasi intrinsik wajib pajak untuk patuh tanpa adanya paksaan dari pihak luar. Dalam perspektif teori perilaku, khususnya *Theory of Planned Behavior*, sikap dan nilai internal individu memiliki peran penting dalam menentukan perilaku yang akan dilakukan. Selain itu, dalam konsep *slippery slope framework*, kepatuhan pajak dipengaruhi oleh kepercayaan dan moral wajib pajak, sehingga semakin tinggi moral pajak seseorang, maka semakin tinggi pula kepatuhan sukarela yang ditunjukkan (Jehadun *et al.*, 2024). Kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kebijakan atau sosialisasi, tetapi juga oleh faktor internal berupa kesadaran moral individu. Wajib pajak yang memiliki *Tax morale* tinggi cenderung memiliki komitmen untuk memenuhi kewajiban

perpajakan sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan negara (Zahirah *et al.*, 2025). Penelitian terdahulu mendukung adanya pengaruh *Tax morale* terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Tanggu, (2021) menunjukkan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Rositayani, (2021) yang menyatakan bahwa kewajiban moral memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian Sumule, (2023) juga menunjukkan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: Diduga *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu.

Pengaruh Kualitas Sosialisasi Perpajakan dan Tax morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Dompu

Kepatuhan wajib pajak merupakan hasil dari interaksi antara faktor eksternal dan faktor internal. Kualitas sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman wajib pajak, sedangkan *Tax morale* sebagai faktor internal berperan dalam membentuk kesadaran dan kemauan untuk patuh (Assaja'ah *et al.*, 2025). Kombinasi antara pengetahuan (hasil sosialisasi) dan sikap (*tax morale*) akan membentuk niat dan perilaku kepatuhan wajib pajak. Apabila sosialisasi perpajakan dilakukan dengan baik dan didukung oleh tingkat *Tax morale* yang tinggi, maka wajib pajak akan lebih memahami kewajibannya serta memiliki dorongan internal untuk patuh (Lailiyah *et al.*, 2023). Dengan demikian, kedua variabel tersebut secara bersama-sama akan memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Azzahra, (2026) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, kesadaran, dan pemahaman perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Selain itu, penelitian Dewi *et al.*, (2025) juga menunjukkan bahwa *Tax morale* dan sosialisasi perpajakan secara bersama-sama memengaruhi kepatuhan wajib pajak, meskipun pengaruh sosialisasi secara parsial tidak selalu signifikan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Diduga kualitas sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan desain survei untuk menguji hubungan antarvariabel secara numerik dan statistik berdasarkan teori Sugiyono (2022). Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM sektor perdagangan yang aktif di

Kabupaten Dompu. Karena jumlah populasi tidak diketahui pasti, sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow dan menghasilkan jumlah minimal 96 responden setelah dibulatkan. Teknik pengambilan sampel menerapkan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* guna memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur mengenai variabel kualitas sosialisasi perpajakan, *tax morale*, dan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen secara parsial maupun simultan. Sebelum pengujian model regresi, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas (r hitung $>$ r tabel pada signifikansi 5%) dan uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha* $>$ 0,60). Uji asumsi klasik juga diterapkan yang meliputi uji normalitas Kolmogorov-Smirnov (nilai Sig. $>$ 0,05), uji multikolinearitas (nilai *Tolerance* $>$ 0,10 dan VIF $<$ 10), serta uji heteroskedastisitas Glejser (nilai Sig. $>$ 0,05). Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) dengan kriteria penerimaan hipotesis jika nilai signifikansi (Sig.) $<$ 0,05, serta dilengkapi uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Kualitas Sosialisasi Perpajakan	X1.1	0,490	0,200	Valid
	X1.2	0,403	0,200	Valid
	X1.3	0,410	0,200	Valid
	X1.4	0,479	0,200	Valid
	X1.5	0,416	0,200	Valid
	X1.6	0,479	0,200	Valid
	X1.7	0,461	0,200	Valid
	X1.8	0,479	0,200	Valid
	X1.9	0,490	0,200	Valid
	X1.10	0,468	0,200	Valid
	X1.11	0,462	0,200	Valid
<i>Tax morale</i>	X2.1	0,353	0,200	Valid
	X2.2	0,367	0,200	Valid
	X2.3	0,412	0,200	Valid
	X2.4	0,429	0,200	Valid
	X2.5	0,516	0,200	Valid
	X2.6	0,402	0,200	Valid
	X2.7	0,398	0,200	Valid

Kepatuhan Wajib Pajak	X2.8	0,516	0,200	Valid
	X2.9	0,373	0,200	Valid
	X2.10	0,408	0,200	Valid
	Y1	0,433	0,200	Valid
	Y2	0,382	0,200	Valid
	Y3	0,468	0,200	Valid
	Y4	0,419	0,200	Valid
	Y5	0,376	0,200	Valid
	Y6	0,422	0,200	Valid
	Y7	0,400	0,200	Valid
Y8	0,507	0,200	Valid	
Y9	0,507	0,200	Valid	

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan data pada Tabel 1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Kualitas Sosialisasi Perpajakan (X1), *Tax Morale* (X₂), dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan oleh nilai r-hitung pada setiap item yang secara konsisten lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0,200, di mana nilai r-hitung tertinggi pada variabel Kualitas Sosialisasi Perpajakan berada pada item X1.1 dan X1.9 (0,490), pada variabel *Tax Morale* berada pada item X2.5 dan X2.8 (0,516), serta pada variabel Kepatuhan Wajib Pajak berada pada item Y8 dan Y9 (0,507). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data ini memiliki keakuratan yang baik dan layak digunakan untuk analisis data tahap selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Sosialisasi Perpajakan	0,859	0,60	Reliabel
<i>Tax Morale</i>	0,827	0,60	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	0,811	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah, 2026.

Berdasarkan data pada Tabel 2, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang berada di atas standar reliabilitas sebesar 0,60. Secara rinci, variabel Kualitas Sosialisasi Perpajakan mencatatkan nilai tertinggi sebesar 0,859, diikuti oleh *Tax Morale* sebesar 0,827, dan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 0,811. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, yang berarti alat ukur tersebut memiliki konsistensi yang baik dan andal untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas.

Variabel	Kolmogorov-Smirnov Sig.	Standar Sig.	Keterangan
<i>Standardized Residual</i>	0,122	0,05	Normal

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,082 dengan nilai signifikansi sebesar 0,122. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,122 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas.

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria	Keterangan
Kualitas Sosialisasi Perpajakan	0,843	1,187	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Tax morale</i>	0,843	1,187	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,843 dan nilai VIF sebesar 1,187. Variabel *Tax morale* (X_2) juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,843 dan nilai VIF sebesar 1,187. Karena seluruh nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas. Dengan demikian model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Variabel	Sig.	Standar Sig.	Keterangan
Kualitas Sosialisasi Perpajakan	0,244	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Tax morale</i>	0,901	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,244 sedangkan variabel *Tax morale* (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,901. Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian model regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Variabel	B	t-hitung	Sig.
Konstanta	11,742	3,867	0,000
Kualitas Sosialisasi Perpajakan	0,326	5,285	0,000
<i>Tax Morale</i>	0,324	4,574	0,000

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 11,742 + 0,326 X_1 + 0,324 X_2$ Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 11,742 memiliki arti apabila variabel Sosialisasi Perpajakan dan *Tax morale*

bernilai nol, maka nilai Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 11,742. Nilai koefisien regresi variabel Sosialisasi Perpajakan sebesar 0,326 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Sosialisasi Perpajakan akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 0,326 dengan asumsi variabel lain konstan. Selanjutnya nilai koefisien regresi variabel *Tax morale* sebesar 0,324 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *Tax morale* akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 0,324 dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik Sosialisasi Perpajakan dan semakin tinggi *Tax morale* maka akan semakin meningkat pula Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t).

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Sosialisasi Perpajakan	5,285	0,000	Berpengaruh signifikan
<i>Tax Morale</i>	4,574	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,285 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Dengan demikian semakin baik sosialisasi perpajakan yang diberikan kepada wajib pajak UMKM maka tingkat kepatuhan wajib pajak juga akan meningkat. Selanjutnya variabel *Tax morale* (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,574 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Dengan demikian semakin tinggi kesadaran moral wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F).

F hitung	Sig.	Keterangan
40,377	0,000	Berpengaruh simultan

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 40,377 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) dan *Tax morale* (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara sosialisasi perpajakan yang baik dan tingkat *Tax morale* yang tinggi mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²).

R Square	Adjusted R Square	Keterangan
0,465	0,453	Pengaruh sebesar 46,5%

Sumber: Data primer, diolah 2026.

Nilai R sebesar 0,682 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Sosialisasi Perpajakan dan *Tax morale* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM berada pada kategori kuat. Selanjutnya nilai R Square sebesar 0,465 menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan dan *Tax morale* mampu menjelaskan pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 46,5%, sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,453 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen tetap berada pada kategori cukup baik. Dengan demikian model penelitian dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan *Tax morale* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Dompu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sosialisasi perpajakan yang diberikan kepada pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Dengan demikian, hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu dinyatakan diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan perilaku kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang dilakukan secara jelas, mudah dipahami, serta menggunakan media yang efektif mampu membantu wajib pajak memahami tata cara pendaftaran, pembayaran, hingga pelaporan pajak (Nasution *et al.*, 2024). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, informasi dan pengetahuan yang diterima individu akan memengaruhi sikap serta niat perilaku seseorang (Sartika *et al.*, 2020). Ketika wajib pajak memperoleh pemahaman perpajakan yang baik melalui sosialisasi, maka akan terbentuk persepsi positif terhadap kewajiban perpajakan sehingga mendorong perilaku patuh.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rositayani (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian Putri dan Wibowo, (2021) juga menemukan bahwa sosialisasi

perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui peningkatan pengetahuan dan pemahaman perpajakan. Selain itu, penelitian A'idah (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dapat memperkuat pemahaman perpajakan wajib pajak sehingga mendorong peningkatan kepatuhan. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Hutapea *et al.*, (2023) dan Widyaningsih *et al.*, (2025) yang menemukan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil tersebut kemungkinan disebabkan oleh perbedaan kualitas pelaksanaan sosialisasi, karakteristik responden, dan kondisi daerah penelitian. Pada konteks UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu, kualitas sosialisasi perpajakan yang baik mampu memberikan dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak karena sebagian besar pelaku UMKM masih membutuhkan edukasi dan pendampingan terkait kewajiban perpajakan. Sosialisasi yang dilakukan secara rutin, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan wajib pajak dapat meningkatkan kesadaran serta mendorong kepatuhan sukarela dalam memenuhi kewajiban perpajakan (Permata *et al.*, 2025).

Pengaruh Tax morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Dompu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat moral pajak yang dimiliki wajib pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, hipotesis kedua (H₂) yang menyatakan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu dinyatakan diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti sosialisasi dan kebijakan pemerintah, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal berupa kesadaran moral dan tanggung jawab individu terhadap kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang memiliki *Tax morale* tinggi cenderung memandang pembayaran pajak sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan negara dan tanggung jawab sebagai warga negara (sari *et al.*, 2026). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, sikap dan nilai moral individu merupakan faktor penting yang memengaruhi niat dan perilaku seseorang. Selain itu, konsep *slippery slope framework* menjelaskan bahwa kepatuhan pajak akan meningkat apabila wajib pajak memiliki tingkat kepercayaan dan moral yang tinggi terhadap pemerintah dan sistem perpajakan (Anugrah *et al.*, 2022).

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Tanggu *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Penelitian Rositayani (2021) juga menunjukkan bahwa moral wajib pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan. Selain itu, penelitian Gaol, (2024) menemukan bahwa *Tax morale* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian Widyaningsih *et al.*, (2025) juga memperkuat hasil penelitian ini dengan menunjukkan bahwa *Tax morale* memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu, tingginya *Tax morale* dapat tercermin dari kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak tanpa adanya paksaan, keyakinan bahwa pajak digunakan untuk pembangunan, serta adanya rasa tanggung jawab terhadap negara. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran moral wajib pajak, maka akan semakin besar dorongan untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela dan tepat waktu (Hasyim *et al.*, 2022).

Pengaruh Kualitas Sosialisasi Perpajakan dan Tax morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Dompu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* secara bersama-sama mampu memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan dan *Tax morale* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Dompu dinyatakan diterima. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,453. Hal ini berarti bahwa sebesar 45,3% variasi kepatuhan wajib pajak UMKM dapat dijelaskan oleh variabel kualitas sosialisasi perpajakan dan *tax morale*, sedangkan sisanya sebesar 54,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti tingkat pendidikan, sanksi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, literasi pajak, maupun kondisi ekonomi wajib pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak terbentuk melalui kombinasi faktor eksternal dan faktor internal. Kualitas sosialisasi perpajakan berperan dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakan, sedangkan *Tax morale* berperan dalam membentuk kesadaran dan kemauan wajib pajak untuk patuh secara sukarela (Assaja'ah *et al.*, 2025). Ketika wajib pajak memiliki pemahaman perpajakan yang baik serta didukung oleh kesadaran moral yang tinggi, maka kepatuhan perpajakan akan meningkat secara optimal (Sari *et al.*, 2026).

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rositayani (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan dan moral wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh positif

terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian Dewi *et al.*, (2025) juga menunjukkan bahwa *Tax morale* dan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh simultan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian Azzahra, (2026) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan dan faktor kesadaran perpajakan secara bersama-sama dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. Pada UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak dapat dilakukan melalui optimalisasi program sosialisasi perpajakan yang berkualitas serta peningkatan kesadaran moral wajib pajak. Oleh karena itu, pemerintah dan instansi perpajakan perlu meningkatkan kualitas edukasi perpajakan yang mudah dipahami, rutin, dan sesuai kebutuhan UMKM, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan pajak agar terbentuk kepatuhan perpajakan yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan dan *tax morale* (moral pajak), baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu, sehingga seluruh hipotesis penelitian (H_1 , H_2 , dan H_3) dinyatakan diterima. Kombinasi faktor eksternal berupa edukasi yang komunikatif dan faktor internal berupa kesadaran moral sukarela ini mampu menjelaskan variasi kepatuhan wajib pajak sebesar 45,3%, sedangkan 54,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepatuhan para pelaku UMKM di Kabupaten Dompu tercapai secara optimal ketika pemahaman regulasi yang diperoleh dari sosialisasi yang efektif berpadu dengan rasa tanggung jawab moral yang tinggi sebagai warga negara.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan bagi instansi perpajakan terkait untuk mengoptimalkan program sosialisasi perpajakan secara rutin dan adaptif dengan menggunakan media yang mudah dipahami serta memberikan pendampingan khusus yang sesuai dengan karakteristik pelaku UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Dompu. Selain itu, pemerintah daerah dan otoritas pajak perlu terus membangun transparansi pengelolaan dana pajak guna memupuk kepercayaan publik, yang secara langsung akan memperkuat *tax morale* dan mendorong kepatuhan sukarela wajib pajak. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel potensial lain yang

belum terungkap dalam penelitian ini, seperti sanksi perpajakan, literasi digital ekonomi, atau kualitas pelayanan fiskus.

DAFTAR REFERENSI

- A'idah, H. N. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan Dan Tax Calculation Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi (Pelaku UMKM Marketing online di Wilayah Kabupaten Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Amalia, F. (2020). *Penyebaran Informasi Perpajakan Oleh Kantor Pelayanan Penyuluhan Dan Konsultasi Perpajakan (Kp2kp) Sengkang Kabupaten Wajo* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Info Artha*, 6(1), 1-12.
- Arviani, L., Zain, T. N., & Saadah, N. (2024). Pentingnya Dasar-Dasar Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Manajerial. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(3), 446-452.
- Assaja'ah, A., & Khotimah, H. (2025). Pengaruh Tingkat Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Aturan Perpajakan dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Cianjur. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(3), 1649-1664.
- Azzahra, A. N., & Darmansyah, M. (2026). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Karawaci Kota Tangerang. *Scientific Journal*
- Gaol, V. L. (2024). *Implikasi Tax Morale, Digitalisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Graha, G. A. S., Helpiastuti, S. B., & Widokarti, J. R. (2024). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 8(1), 38-57.
- Handriyani, P. E., & Astawa, I. G. P. B. (2022). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pemahaman Aturan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kabuoaten Buleleng. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(01), 13-22.
- Hasymi, M. (2022). Literature Review Terhadap Kewajiban Moral, Kesadaran, Pengetahuan, Dimensi Keadilan, Ketegasan Sanksi dan Pelayanan Pajak yang Mempengaruhi Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)*, 5(2), 247-273.
- Hidayat, A. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak umkm di kota serang. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 4(2), 106-121.
- Hutapea, H. D., Manurung, A., & Sihotang, K. (2023). Pengaruh persepsi wajib pajak UMKM atas Undang-Undang HPP, sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Ekonomi, keuangan, investasi dan syariah (ekuitas)*, 4(3), 987-995.

- Intannia, L. (2024). *Faktor Yang Mempengaruhi Ketaatan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor: Fokus Pada Theory Of Planned Behavior (Studi Di Samsat Pesawaran Tahun 2021)* (Doctoral Dissertation, Universitas Lampung).
- Jehadun, M., Ng, S., & Daromes, F. E. (2024). Faktor Prediktor Kepatuhan Wajib Pajak dalam Perspektif Theory Of Planned Behavior (Studi Empiris pada KPP PRATAMA Ruteng). *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 13(2), 99-120.
- Lailiyah, D. N., & Andriani, S. (2023). Pengaruh tax morale, tax knowledge dan e-tax system dengan sanksi pajak sebagai variabel moderating terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1464-1478.
- Merliyana, M., Mudrika, Z., Andyarini, K. T., & Saodah, E. S. (2025). Pengetahuan Perpajakan, Tax Morale, Dan Tax Fairness Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Cakung. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 6034-6050.
- Muhamad, M. S., Asnawi, M., & Pangayow, B. J. (2019). Pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi perpajakan, dan kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan pelaporan SPT tahunan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 14(1), 69-86.
- Nasution, I. S., Rahma, T. I. F., & Lubis, A. W. (2024). Efektivitas Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kpp Pratama Kisaran. *GEMAH RIPAHA: Jurnal Bisnis*, 4(04), 48-60.
- Palupi, M. E., & Arifin, J. (2023, January). Kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia: faktor internal dan eksternal. In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* (pp. 336-346).
- Permata, A. A. (2025). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *JEBMAFA: Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration*, 1(1), 20-29.
- Putri, A., & Wibowo, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(2).
- Putri, C. A., & Dwivayani, K. D. (2023). Komunikasi Publik Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak Restoran. *Journal Of Syntax Literate*, 8(7).
- Rositayani, K. D. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi, dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Saga, B., Nurhasan, Y., Septanta, R., & Khuzaeni, K. (2026). Pengaruh Moralitas Pajak, Good Governance dan Budaya Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 343-349.
- Saputri, B. E., Bahtiar, M. D., & Rohayati, S. (2025, September). Pengaruh Literasi Perpajakan Terhadap Tax morale Mahasiswa Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 5, No. 2).

- Sari, H. G. I., Karlinah, L., & Jonathan, R. (2026). Pengetahuan Tak Cukup: Peran Moral Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Millennial. *Jurnal Bina Akuntansi*, 13(1).
- Sartika, D. (2020). Melihat attitude and behavior manusia lewat analisis teori planned behavioral. *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)*, 4(1), 51-70.
- Sinuhaji, V. L., Purba, H., & Hutapea, J. Y. (2024). Pengaruh digitalisasi perpajakan dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 6974-6990.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumule, K. A., & Erawati, T. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, dan *Tax morale* terhadap niat untuk patuh calon Wajib Pajak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 273-280.
- Tanggu, A. A. Y., Ayem, S., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Tax Awareness *Tax morale* Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Yogyakarta. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 203-234.
- Trias, K. (2025). *Pengaruh Sosialisasi Terhadap Efektivitas Sp4n Laporan! Sebagai Media Pelayanan Publik (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Siswa SMAN 10 Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung).
- Wardani, D. K., & Anugrah, W. (2023). Pengaruh *Tax morale* Dan Pemahaman Tri Nga Terhadap Peningkatan Kepatuhan Calon Wajib Pajak. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(2), 221-226.
- Widyaningsih, D., Armilda, S. A., & Santoso, A. B. (2025). Analisis Literasi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Pajak Dan *Tax morale* Terhadap Kepatuhan Pajak Umkm Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi*, 5(1), 406-418.
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170-186.
- Yulianti, L. N. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *Manajemen*, 2(1), 46-53.
- Zahirah, A. S., & Suhartini, D. (2025). Pengaruh Tax Awareness, Tax Morale, Dan Peer Group Terhadap Tax Compliance Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Intention To Comply Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(4), 1879-1889.