

**PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DAN DAMPAKNYA
TERHADAP TINGKAT KONSUMTIF GENERASI
MILENIAL DI KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN

PENGGUNAAN MOBILE BANKING DAN DAMPAKNYA TERHADAP
TINGKAT KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA MAKASSAR

SKRIPSI



PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.

PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan bak.

Diri saya sendiri, Siska Tahir karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati semua liku liku dalam kehidupan hingga sekarang ini. Terima kasih patah hati yang masih tegar dan ikhlas. Menjalani semuanya. Terima kasih pada jiwa dan raga yang masih kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga kepada saya sendiri! pada akhirnya bisa berada di fase yang sekarang ini, untuk kedepannya raga yang kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk berkembang menjadi pribadi yang jauh lebih baik lagi.

Kedua orang tua saya tercinta Bapak dan Ibu. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini. Terima kasih telah mengusahakan segalanya dan memberikan dukungan serta semangatnya untuk anak kesayangannya ini, Terima kasih atas do'a hebat yang telah kalian panjatkan untuk saya. Semoga bapak dan ibu sehat selalu dan selalu ada dalam lindungan Allah SWT, dan selalu ada dalam setiap episode kehidupan saya. Saya meminta maaf belum bisa memberikan yang terbaik dan saya berharap suatu saat nanti bapak dan ibu bisa bangga dengan anak bungsunya ini.

Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu, usaha dan dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.



PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

السال العالى

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian

: Penggunaan Mobile Banking dan Dampaknya
Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di
Kota Makassar

Nama Mahasiswa
No. Stambuk/NIM

: Siska Tahir

: 105711104321

Program Studi

: Ekonomi Pembangunan

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi

: Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan
panitia Pengaji Skripsi Strata Satu (S1) pada tanggal 26 Juli 2025 di Program
Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 26 Juli 2025

Pembimbing I

Dr. Ismail Rasulong, SE., MM
NIDN. 0905107302

Pembimbing II

Asdar, S.E., M.Si
NIDN. 0903039102

Menyetujui,

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Asdar, S.E., M.Si
NBM: 128 6845



Dipindai dengan CamScanner



PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Siska Tahir, Nim : 105711104321 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :0005/SK-Y/60201/091004/2025 M, Tanggal 1 Safar 1447 H/26 Juli 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 1 Safar 1446 H

28 Juli 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : DR. Ir. H Abd. Rakhim Nanda ST., MT., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M. (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suami SE., M.ACC (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Pengaji :
1. Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)
2. Dr. H. Muhammad Najib Kasim, SE., M.Si (.....)
3. Asdar, SE., M. Si (.....)
4. Muhammad Khaedar Sahib, S.E., M. Ak (.....)



Dipindai dengan CamScanner



PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Siska Tahir
No. Stambuk/NIM : 105711104321
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Penggunaan Mobile Banking dan Dampaknya Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Pengaji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 28 Juli 2025

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
Siska Tahir
105711104321

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Asdar. S.E., M.Si
NBM: 128 6845



**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siska Tahir
NIM : 105711104321
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"Penggunaan Mobile Banking dan Dampaknya Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebs Royalti Nonekslusif Ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya salam tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 28 Juli 2025



**Siska Tahir
105711104321**



Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

SISKA TAHIR. 2025. *Penggunaan Mobile Banking dan Dampaknya Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar.* Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Ismail Rasulong dan Asdar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan mobile banking dan dampaknya terhadap tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena ini secara mendalam, menggali pengalaman dan perspektif generasi milenial terkait penggunaan mobile banking. Fokus penelitian mencakup faktor-faktor yang mendorong adopsi mobile banking di kalangan generasi milenial, serta bagaimana penggunaan layanan ini mempengaruhi pola konsumsi mereka. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumsi yang diakibatkan oleh kemudahan akses dan transaksi yang ditawarkan mobile banking.

Kata Kunci : *Mobile Banking, Tingkat Konsumtif, Generasi Milenial, Kota Makassar.*

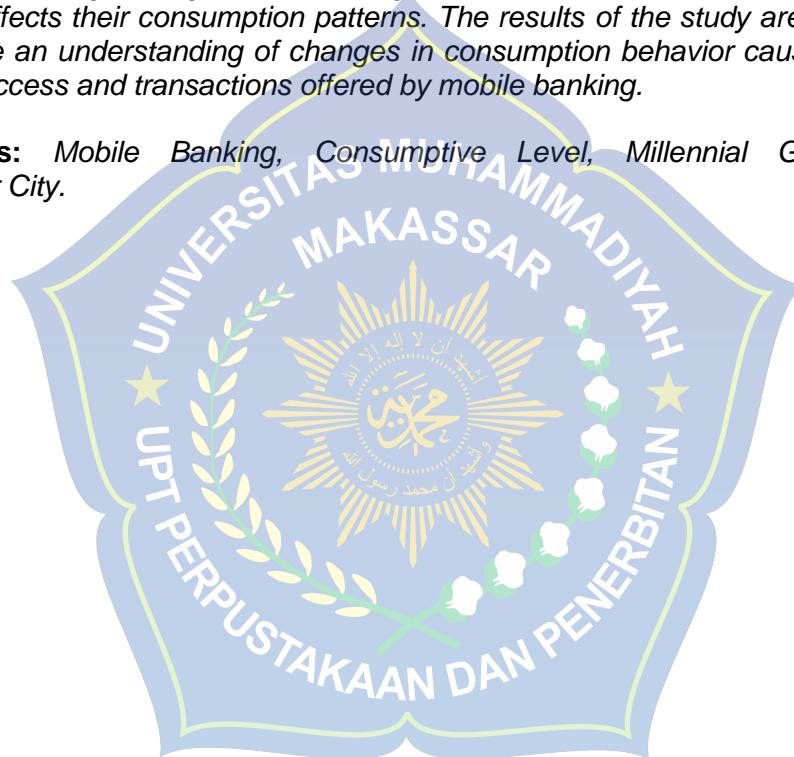


ABSTRACT

SISKA TAHIR. 2025. *The Use of Mobile Banking and Its Impact on the Consumptive Level of the Millennial Generation in Makassar City.* Thesis. Department of Development Economics. Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Ismail Rasulong and Asdar.

This study aims to analyze the use of mobile banking and its impact on the consumption level of the millennial generation in Makassar City. This study uses a qualitative approach to understand this phenomenon in depth, exploring the experiences and perspectives of the millennial generation regarding the use of mobile banking. The focus of the study includes factors that drive the adoption of mobile banking among the millennial generation, as well as how the use of this service affects their consumption patterns. The results of the study are expected to provide an understanding of changes in consumption behavior caused by the ease of access and transactions offered by mobile banking.

Keywords: Mobile Banking, Consumptive Level, Millennial Generation, Makassar City.



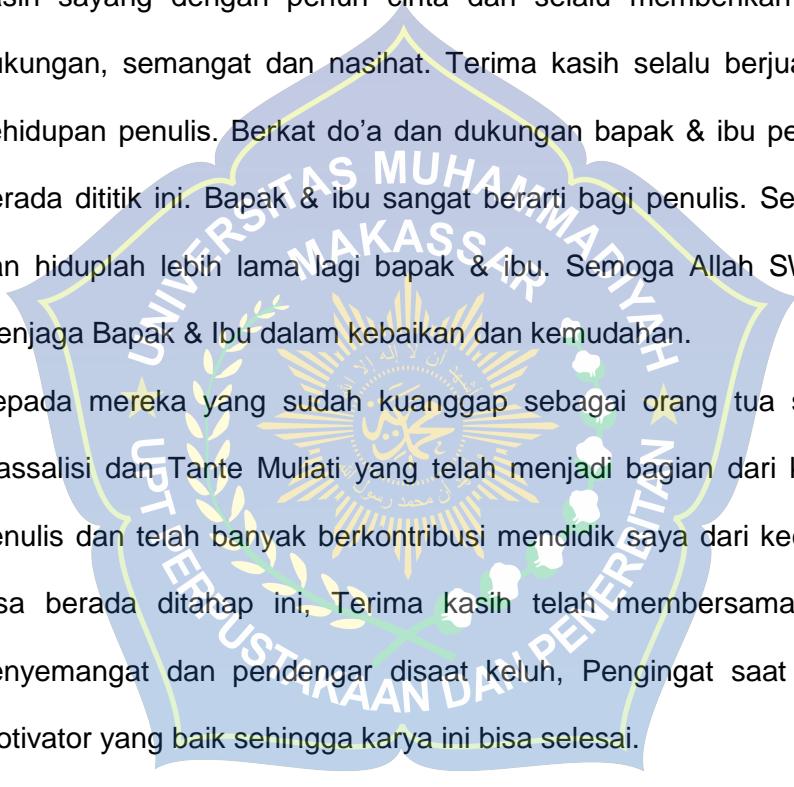
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penggunaan Mobile Banking dan Dampaknya Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar”. Skripsi ini membahas mengenai pengaruh mobile banking terhadap perilaku konsumsi generasi milenial di era digital saat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Asdar, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Ismail Rasulong, SE., MM, sebagai Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan serta memberikan petunjuk sampai tersusunnya skripsi ini.
5. Bapak Asdar, S.E., M.Si, sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan serta memberikan petunjuk sampai tersusunnya skripsi ini.

- 
6. Seluruh Dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
 7. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Tahiruddin dan Ibu Idawati orang yang hebat yang selalu jadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat dan nasihat. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Berkat do'a dan dukungan bapak & ibu penulis bisa berada dititik ini. Bapak & ibu sangat berarti bagi penulis. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi bapak & ibu. Semoga Allah SWT selalu menjaga Bapak & Ibu dalam kebaikan dan kemudahan.
 8. Kepada mereka yang sudah kuanggap sebagai orang tua saya, Om Massalisi dan Tante Muliati yang telah menjadi bagian dari kehidupan penulis dan telah banyak berkontribusi mendidik saya dari kecil sampai bisa berada ditahap ini. Terima kasih telah membersamai menjadi penyemangat dan pendengar disaat keluh, Pengingat saat lupa dan motivator yang baik sehingga karya ini bisa selesai.
 9. Untuk saudara saya Muh Hendri Tahir, terima kasih telah menjadi penyemangat dan bagian besar untuk hidup ini. Terima kasih sundah menjadi saudara yang baik, yang dengan ikhlas turut menyumbang jerih payahnya demi kelancaran finansial studi penulis.
 10. Kepada teman-teman saya yaitu, Lia, Adhila, Andrisa, Riska, Ema dan Febi yang telah banyak membantu dalam berbagai hal dan telah membersamai selama masa perkuliahan. Terima kasih sudah

mendukung dan memberikan semangat untuk tetap mengerjakan skripsi penulis. Semoga kita semua menjadi orang yang sukses.

11. Teman-teman EP21B yang telah memberikan banyak pengalaman dan bantunya selama ini.
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, Siska Tahir karena telah mampu atas kerja keras dan berjuang sejauh ini dan semangat sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori.....	6
1. Mobile Banking	6
2. Faktor Penentu Penggunaan Mobile Banking	9
3. Dampak Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumsi	15
B. Tinjauan Empiris	21
C. Kerangka Pikir	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Fokus Penelitian.....	24
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
D. Sumber Data.....	25
E. Informan Penelitian	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26

G. Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
B. Hasil Penelitian	30
C. Pembahasan.....	41
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	22
--------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi, di era sekarang ini mayoritas masyarakat sudah menggunakan smartphone. Hampir semua smartphone saat ini sudah dilengkapi dengan koneksi internet dan mendukung fitur layanan perbankan yang disebut dengan mobile banking, namun masih banyak Nasabah perbankan atau generasi milenial yang masih belum memanfaatkan layanan tersebut untuk menunjang kebutuhan transaksi perbankan mereka. Padahal layanan perbankan melalui handphone ini akan membuat hidup lebih simpel khususnya dalam menunjang transaksi keuangan.

Dengan mobile banking maka nasabah lebih dimudahkan dalam segala hal. Fasilitas mobile banking merupakan inovasi yang dapat menjawab tuntutan nasabah yang menginginkan layanan cepat, nyaman, murah dan tersedia kapan saja (24 jam non-stop), serta dapat diakses dari mana saja, cukup melalui smartphone. Fasilitas yang ditawarkan cukup beragam hampir segala kebutuhan nasabah sudah bias dipenuhi antara lain cek saldo, mutase transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer (sesama bank atau bank lain) menu favorit dan lain-lain.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular, sedangkan itu SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone

dengan menggunakan media SMS (*short message service*) (Supriyono, 2010). Mobile banking diluncurkan pertama kali oleh *Excelcom* pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan m- banking ini disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. Peranan teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai macam teknologi menyediakan terobosan- terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada di seluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan m-banking (Yuliani, 2012).

Hampir semua smartphone saat ini sudah dilengkapi dengan koneksi internet dan mendukung fitur layanan perbankan yang disebut dengan mobile banking, namun masih banyak Nasabah perbankan yang masih belum memanfaatkan layanan tersebut untuk menunjang kebutuhan transaksi perbankan mereka. Padahal layanan perbankan melalui handphone ini akan membuat hidup lebih simpel khususnya dalam menunjang transaksi keuangan. Mobile banking lebih banyak memberikan kemudahan transaksi, karena Nasabah tidak perlu mengingat format pesan singkat (SMS) yang harus dikirimkan kepada bank dan juga nomor tujuan pengiriman SMS.

Keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun. Kemajuan teknologi ini mempunyai efek yang sifatnya multiplier

(pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya. Salah satu bidang tersebut adalah bidang informasi dan komunikasi (Page, 2011). Perkembangan telepon seluler (HP) atau telekomunikasi nirkabel adalah salah satu perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Lembaga Riset Digital *Marketing Emarketer* memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang (Suryani, 2013).

Gaya hidup masa kini berbanding lurus dengan pertumbuhan perkembangan teknologi. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk mobile banking. Aplikasi mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Saat ini kebanyakan mobile banking ditunjukkan melalui via SMS atau Mobile internet tetapi dapat juga menggunakan aplikasi (Pratiwi, 2012).

Dalam Islam, layanan mobile banking hukumnya boleh, menurut Mila (2014), transaksi mobile banking sesuai dengan kaidah fiqh “alhukmu, alasya’l fa’run an tashawurihi.” Jadi, bertransaksi melalui mobile banking sama halnya dengan transaksi jual beli, yang mana bank sebagai penjual produk dan jasa sedangkan nasabah sebagai pembeli produk dan jasa. Dalam akad perjanjian mobile banking telah sesuai dengan syarat sahnya perjanjian dengan terpenuhinya rukun dan syarat akad (perjanjian).

Mobile Banking termasuk akad pelepasan hak (*Intilaq*) dengan atau tanpa ganti rugi disebut Akad *Isqoth*. Mengenai lafal ijab kabulnya yakni

melalui tulisan diperbolehkan menurut jumhur ulama. Dan tidak terdapat unsur yang merugikan maupun yang menimbulkan kemadhorotan melainkan merupakan suatu hal yang mendatangkan banyak keuntungan. Pandangan hukum Islam terhadap mobile banking adalah bahwa transaksi mobile banking adalah suatu transaksi muamalah yang dibolehkan karena terdapat kemaslahatan yang besar bagi masyarakat khususnya nasabah pengguna layanan mobile banking (Trisni, 2018), sehingga dari latar belakang tersebut penulis terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Penggunaan Mobile Banking dan Dampaknya Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar”**.

B. Rumusan Masalah:

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah adopsi mobile banking mempengaruhi tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar?
2. Faktor-faktor apakah yang menentukan adopsi dalam penggunaan mobile banking di kalangan generasi milenial di Kota Makassar?
3. Apakah penggunaan mobile banking berdampak pada perilaku konsumtif di kalangan generasi milenial di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian:

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adopsi mobile banking mempengaruhi tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar.

2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking di kalangan generasi milenial di Kota Makassar.
3. Untuk menganalisis dampak penggunaan mobile banking terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh faktor-faktor seperti kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat dan intensi penggunaan mobile banking. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Penggunaan Bank Digital pada Generasi Milenial.
 - b. Penelitian ini juga dapat memperkaya wacana keilmuan dengan memberikan wawasan tentang bagaimana perilaku konsumsi generasi milenial dipengaruhi oleh teknologi keuangan digital.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan informasi berharga tentang cara meningkatkan pengalaman pengguna, meningkatkan keamanan, dan mengembangkan layanan perbankan yang lebih spesifik untuk kebutuhan generasi milenial dan. Contohnya, bank dapat menawarkan fitur seperti tagihan bersama, tabungan rumah tangga, dan perencanaan keuangan pribadi untuk menarik minat generasi muda.
 - b. Dengan memahami preferensi dan perilaku pengguna mobile banking, bank dapat mengembangkan strategi pemasaran dan layanan yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja bank dan memperluas target pasar

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah atau generasi milenial untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat mobile seperti ponsel pintar atau tablet. Layanan mobile banking ini memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi rekening, mentransfer dana, membayar tagihan, membeli pulsa, dan melakukan transaksi perbankan lainnya secara mudah dan praktis melalui aplikasi perbankan yang diinstal pada perangkat mobile mereka.

Dengan perkembangan teknologi, mobile banking telah menjadi salah satu cara yang populer dan nyaman bagi nasabah untuk mengelola keuangan mereka secara efisien. Fitur keamanan yang canggih seperti otentikasi dua faktor dan enkripsi data juga diterapkan dalam layanan mobile banking untuk melindungi informasi dan transaksi nasabah.

Penggunaan mobile banking semakin meningkat, terutama di kalangan generasi milenial yang cenderung lebih terbiasa menggunakan teknologi. Mobile banking memberikan kemudahan akses dan fleksibilitas bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapan pun dan di mana pun mereka berada, tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank secara fisik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kerangka teori yang sering digunakan dalam analisis penggunaan mobile banking pada generasi milenial di kota Makassar adalah *Technology Acceptance Model*

(TAM). Model ini mencakup beberapa konstruk utama seperti manfaat, kenyamanan, keamanan, pengalaman, dan kompatibilitas.

Studi menunjukkan bahwa konstruk dalam model TAM, termasuk manfaat dan kemudahan, serta tiga variabel eksternal yaitu keamanan, pengalaman, dan kompatibilitas, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada generasi milenial secara parsial maupun simultan. Dengan menggunakan kerangka teori TAM, peneliti dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi mobile banking. Kerangka teori TAM memberikan landasan yang kokoh dalam menganalisis perilaku penggunaan mobile banking pada generasi milenial, serta membantu dalam memahami motivasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi ini di kalangan generasi milenial di kota Makassar.

Penawaran layanan perbankan melalui mobile banking sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan mobile banking dalam melakukan transaksi keuangannya (Hanif, 2017).

Technology Acceptance Model (TAM), yang pertama kali dicetuskan oleh Davis (1986) adalah sebuah pengembangan dan aplikasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dispesialisasikan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap sistem informasi (M.Davis, 1986). Model ini telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai system dalam berbagai

macam konteks, salah satunya adalah penelitian dengan menggunakan teori TAM yang menunjukkan bahwa keinginan individual untuk menggunakan suatu sistem baru ditentukan dengan dua keyakinan, yaitu: manfaat dan kemudahan penggunaan, didefinisi sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tidak memerlukan usaha apapun (Venkatesh, 2000).

Penggunaan teknologi baru dipengaruhi oleh faktor lain yaitu keamanan, karena hal ini merupakan hal utama yang selalu dipertimbangkan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan layanan mobile banking. Beberapa nasabah enggan untuk menggunakan mobile banking, karena memiliki persepsi bahwa dengan melakukan transaksi secara online melalui mobile banking mudah terjadi penyalahgunaan dan memiliki resiko yang tinggi. Sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi resiko - resiko yang terjadi (Syam, 1999-2025).

Mobile banking merupakan salah satu inovasi produk baru dari perbankan. Suatu produk dikatakan sukses ketika produk muncul dan diterima, hal tersebut tidak terlepas dari kekuatan sebuah inovasi produk. Inovasi produk menurut Kanagal (2015) dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengatasi tekanan kompetitif, perubahan selera dan preferensi, siklus hidup produk. Tornatzky dan Klein (dalam Yeong et al. 2015 : 596) mengemukakan bahwa tiga karakteristik inovasi yaitu, keuntungan relatif, kompatibilitas dan kompleksitas. Pada penelitian Mohammadi (2015) ditemukan bahwa sistem kompatibilitas menjadi faktor utama yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan mobile banking.

2. Faktor Penentu Penggunaan Mobile Banking

Dalam era digital saat ini, penggunaan mobile banking semakin berkembang dan menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari generasi milenial. Mobile banking memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan perbankan melalui perangkat mobile seperti ponsel pintar atau tablet, memberikan kenyamanan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi keuangan. Meskipun demikian, adopsi dan penggunaan mobile banking tidak terjadi secara merata di semua kalangan generasi milenial. Berbagai faktor memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan mobile banking. Faktor-faktor ini dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu faktor teknologis, faktor sosial, faktor ekonomi, dan faktor psikologis. Berikut adalah penjelasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang menentukan penggunaan mobile banking.

a. Kemudahan Akses dan Penggunaan (*Usability*)

Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan mobile banking adalah kemudahan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi mobile banking itu sendiri. Aplikasi yang mudah dipahami dan ramah pengguna akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk menggunakan mobile banking secara teratur. Faktor-faktor seperti desain antarmuka (*user interface*) yang intuitif, navigasi yang mudah, serta proses pendaftaran yang sederhana berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan pengguna.

Selain itu, pengoptimalan aplikasi untuk berbagai jenis perangkat dan sistem operasi (Android, iOS) juga sangat penting. Semakin mudah pengguna untuk mengunduh, menginstal, dan mengakses aplikasi mobile banking, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya. Pengalaman pengguna yang positif akan menciptakan loyalitas dan memperbesar peluang penggunaan mobile banking dalam jangka panjang.

b. Keamanan dan Perlindungan Data

Keamanan adalah salah satu pertimbangan utama bagi banyak pengguna dalam menggunakan mobile banking. Karena transaksi keuangan melibatkan data pribadi dan informasi sensitif, pengguna perlu merasa yakin bahwa aplikasi mobile banking yang mereka gunakan aman dari potensi ancaman seperti peretasan, penipuan, atau kebocoran data. Oleh karena itu, lembaga perbankan perlu menyediakan lapisan perlindungan yang kuat, seperti enkripsi data, autentikasi dua faktor, dan sistem pemantauan untuk mencegah akses tidak sah.

Faktor keamanan juga berkaitan dengan kepercayaan pengguna terhadap bank yang bersangkutan. Bank-bank besar dengan reputasi yang baik dan memiliki sertifikasi keamanan dari lembaga otoritatif lebih mudah mendapatkan kepercayaan pengguna. Selain itu, kebijakan dan edukasi mengenai keamanan dalam menggunakan mobile banking—seperti tips untuk menghindari phishing dan pentingnya pembaruan aplikasi—juga dapat meningkatkan rasa aman pengguna.

c. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi mencakup aspek biaya dan keuntungan yang diperoleh pengguna dari penggunaan mobile banking. Salah satu daya tarik utama mobile banking adalah efisiensi biaya. Sebagian besar bank menawarkan layanan mobile banking secara gratis atau dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan layanan perbankan tradisional, seperti biaya transfer antarbank atau biaya administrasi bulanan. Keuntungan ini tentu menjadi insentif bagi banyak orang untuk beralih dari metode perbankan konvensional ke mobile banking.

Selain itu, transaksi menggunakan mobile banking seringkali lebih cepat dan praktis, sehingga menghemat waktu dan biaya yang diperlukan untuk pergi ke cabang bank atau mesin ATM. Ini bisa sangat menguntungkan, terutama bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki jadwal yang padat.

d. Ketersediaan Teknologi dan Infrastruktur

Akses terhadap teknologi yang memadai dan infrastruktur yang mendukung juga menjadi faktor penting dalam menentukan penggunaan mobile banking. Pengguna memerlukan perangkat mobile yang kompatibel (seperti smartphone dengan spesifikasi memadai) dan koneksi internet yang stabil. Di beberapa daerah, terutama di negara berkembang atau daerah pedesaan, keterbatasan infrastruktur internet dan harga ponsel pintar yang tinggi dapat menjadi hambatan untuk mengadopsi mobile banking.

Namun, dengan semakin terjangkaunya ponsel pintar dan berkembangnya jaringan internet, terutama dengan adanya layanan 4G dan 5G yang semakin luas, hambatan ini dapat semakin berkurang. Penggunaan mobile banking menjadi lebih mungkin terjadi seiring dengan semakin tersebarnya teknologi ini

e. Sosialisasi dan Edukasi

Sosialisasi dan edukasi mengenai manfaat dan cara menggunakan mobile banking juga memengaruhi tingkat adopsi di kalangan pengguna. Banyak individu, terutama di kalangan generasi yang lebih tua, mungkin merasa cemas atau tidak yakin tentang penggunaan teknologi digital untuk transaksi keuangan. Bank dan lembaga keuangan perlu menyediakan pelatihan atau tutorial yang memadai untuk membantu pengguna memahami cara mengakses dan menggunakan aplikasi mobile banking dengan aman dan efektif.

Semakin banyaknya kampanye edukasi tentang kemudahan dan keuntungannya dalam berbagai platform—baik offline (seperti seminar, pelatihan di cabang bank) maupun online (melalui video tutorial dan media sosial)—dapat membantu masyarakat merasa lebih percaya diri dan tertarik untuk menggunakan mobile banking.

f. Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam penggunaan mobile banking. Kebiasaan, norma sosial, dan pengaruh lingkungan sosial dapat memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan atau menghindari mobile banking. Misalnya, jika seseorang melihat banyak teman, keluarga, atau rekan kerja yang

sudah menggunakan mobile banking, mereka cenderung merasa lebih nyaman untuk mengikuti tren tersebut. Hal ini sangat relevan dalam masyarakat yang memiliki pola pikir kolektif, di mana keputusan individu seringkali dipengaruhi oleh kelompok atau komunitas sosial mereka.

Selain itu, di beberapa budaya, kepercayaan terhadap sistem perbankan atau teknologi baru bisa rendah, sehingga menyebabkan keraguan dalam menggunakan mobile banking. Oleh karena itu, lembaga perbankan perlu mengatasi kekhawatiran ini dengan memberikan jaminan transparansi dan menjelaskan keuntungan serta keamanan dari penggunaan mobile banking.

g. Kecepatan dan Efisiensi Transaksi

Kecepatan dan efisiensi transaksi merupakan faktor yang sangat memengaruhi adopsi mobile banking. Banyak orang menggunakan mobile banking untuk mempermudah dan mempercepat proses transaksi, seperti mentransfer uang, membayar tagihan, atau mengecek saldo. Proses transaksi yang lebih cepat dibandingkan dengan cara konvensional (seperti harus pergi ke bank atau ATM) sangat dihargai oleh pengguna yang mengutamakan efisiensi waktu.

Dengan perkembangan teknologi dan layanan mobile banking yang semakin inovatif, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi dalam hitungan detik, bahkan saat sedang bepergian. Faktor ini menjadikan mobile banking sangat relevan di zaman yang serba cepat ini.

h. Pengaruh Generasi dan Adopsi Teknologi

Generasi muda, terutama yang tumbuh dengan akses teknologi digital, cenderung lebih cepat dalam mengadopsi mobile banking. Mereka lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih nyaman menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tugas sehari-hari. Generasi milenial lebih cenderung menggunakan smartphone untuk segala hal, mulai dari belanja hingga mengatur keuangan pribadi.

Sebaliknya, generasi yang lebih tua mungkin merasa lebih nyaman dengan metode perbankan tradisional seperti pergi ke cabang bank atau menggunakan ATM. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan mobile banking untuk menyesuaikan pengalaman pengguna agar sesuai dengan preferensi berbagai kelompok usia.

i. Integrasi dengan Layanan Lain

Integrasi mobile banking dengan layanan lain, seperti e-commerce, pembayaran digital (seperti dompet digital), dan bahkan layanan pemerintah, juga mempengaruhi tingkat penggunaannya. Dengan adanya fitur-fitur tambahan yang dapat mempermudah transaksi di berbagai sektor—seperti pembayaran tagihan, belanja online, atau transfer ke dompet digital—mobile banking menjadi lebih praktis dan menyeluruh, meningkatkan daya tariknya bagi pengguna.

j. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Pemerintah dan regulasi yang mendukung sistem perbankan digital juga mempengaruhi perkembangan mobile banking. Kebijakan yang memfasilitasi penggunaan teknologi keuangan, seperti kebijakan anti-penipuan atau pengaturan yang jelas tentang perlindungan data

pribadi, dapat menciptakan lingkungan yang aman dan kondusif untuk penggunaan mobile banking. Pemerintah yang mendorong adopsi sistem pembayaran digital dan infrastruktur keuangan digital juga akan mempercepat penggunaan mobile banking.

3. Dampak Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumsi

Mobile banking (m-banking) telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan semakin canggihnya teknologi dan meningkatnya penetrasi smartphone di seluruh dunia. Layanan ini memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan berbagai transaksi perbankan, mulai dari pengecekan saldo, transfer uang, pembayaran tagihan, hingga investasi, hanya dengan menggunakan perangkat mobile. Dengan semakin mudahnya akses ke layanan keuangan, mobile banking memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

Perilaku konsumsi mencakup bagaimana individu atau kelompok memutuskan untuk membeli, mengonsumsi, atau membayar untuk barang dan layanan. Adopsi mobile banking berpotensi mengubah cara orang berinteraksi dengan uang, merencanakan pengeluaran, dan membuat keputusan konsumsi. Artikel ini akan menjelaskan dampak mobile banking terhadap perilaku konsumsi, termasuk perubahan dalam pola pembelian, pengelolaan keuangan, pengeluaran impulsif, serta dampak terhadap pola pembayaran dan transaksi.

a. Kemudahan Akses dan Kecepatan dalam Transaksi

Salah satu dampak paling jelas dari penggunaan mobile banking adalah kemudahan dan kecepatan dalam melakukan

transaksi. Sebelum adanya mobile banking, untuk melakukan transaksi seperti pembayaran tagihan atau transfer uang, konsumen harus mengunjungi cabang bank, menggunakan ATM, atau melakukan transaksi melalui internet banking di komputer. Proses-proses ini cenderung memakan waktu, bahkan bisa menjadi proses yang membosankan dan merepotkan.

Namun, dengan hadirnya mobile banking, segala jenis transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, selama terhubung ke internet. Kecepatan dan kenyamanan ini tidak hanya mempengaruhi cara orang melakukan transaksi, tetapi juga memengaruhi perilaku konsumsi mereka. Konsumen yang sebelumnya mungkin berpikir dua kali sebelum membeli barang atau layanan, kini dapat dengan cepat melakukan pembayaran setelah membuat keputusan konsumsi. Misalnya, saat berbelanja online, konsumen dapat langsung menyelesaikan transaksi menggunakan mobile banking, yang sering kali mengarah pada peningkatan frekuensi belanja dan pengeluaran.

b. Pengaruh terhadap Pengeluaran Impulsif

Dampak mobile banking yang lebih jauh lagi adalah terkait dengan pengeluaran impulsif (*impulse buying*). Pengeluaran impulsif terjadi ketika konsumen membeli barang atau layanan secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Mobile banking memungkinkan transaksi dilakukan dalam hitungan detik, yang meningkatkan kemungkinan pengeluaran impulsif. Kecepatan transaksi ini membuat konsumen lebih mudah tergoda untuk membeli barang yang tidak terencana.

Contoh pengeluaran impulsif yang dimungkinkan oleh mobile banking adalah ketika seseorang melihat iklan produk di media sosial atau *platform e-commerce*, dan segera melakukan pembelian hanya dengan beberapa klik di ponsel mereka. Proses transaksi yang cepat dan mudah memungkinkan keputusan konsumsi yang tidak direncanakan ini terjadi lebih sering. Hal ini juga berkaitan dengan fenomena "mobile commerce" (*m-commerce*), di mana konsumen lebih sering melakukan pembelian barang atau layanan melalui perangkat mobile mereka.

c. Perubahan dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi

Salah satu dampak positif dari penggunaan mobile banking adalah perubahan dalam cara individu mengelola keuangan pribadi mereka. Sebelum munculnya mobile banking, banyak orang hanya mengandalkan laporan bank bulanan atau cek manual untuk mengetahui saldo dan transaksi mereka. Kini, dengan mobile banking, pengguna dapat memantau transaksi keuangan mereka secara real-time, memungkinkan mereka untuk lebih sadar tentang pola pengeluaran dan pemasukan mereka.

Fitur-fitur dalam aplikasi mobile banking seperti riwayat transaksi, pengingat tagihan, dan notifikasi saldo, memberikan kendali yang lebih besar kepada konsumen atas pengeluaran mereka. Dengan adanya akses yang lebih mudah untuk memonitor pengeluaran, banyak konsumen yang menjadi lebih disiplin dalam mengelola keuangan pribadi, bahkan mulai mengatur anggaran bulanan atau tujuan menabung melalui aplikasi yang tersedia. Hal ini

mengarah pada peningkatan kesadaran finansial, yang secara langsung memengaruhi perilaku konsumsi, membuat individu lebih bijak dan terencana dalam mengatur anggaran dan keputusan pengeluaran mereka.

d. Meningkatnya Belanja Online dan Pembayaran Digital

Mobile banking juga berperan penting dalam peningkatan belanja online dan penggunaan metode pembayaran digital. Banyak konsumen sekarang lebih memilih berbelanja melalui *platform e-commerce* karena kenyamanan dan kecepatan yang ditawarkan. Mobile banking memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran dengan lebih mudah, misalnya melalui aplikasi dompet digital, transfer antar bank, atau pembayaran menggunakan kode QR.

Peningkatan penggunaan mobile banking turut mendorong pertumbuhan sektor e-commerce. Konsumen kini dapat membeli berbagai produk, dari barang fisik hingga layanan digital, hanya dengan beberapa klik di ponsel mereka. Karena transaksi bisa diselesaikan dengan sangat cepat dan tanpa hambatan berarti, banyak konsumen yang berbelanja lebih sering, yang berujung pada peningkatan konsumsi barang dan jasa. Hal ini juga berhubungan dengan kemudahan pembayaran dalam jumlah kecil (*microtransactions*), yang lebih mudah dilakukan melalui mobile banking.

e. Peningkatan Akses ke Layanan Keuangan

Di banyak negara, terutama di negara berkembang, mobile banking telah meningkatkan akses terhadap layanan keuangan bagi

masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke bank tradisional. Di daerah-daerah yang jauh dari kota besar atau di komunitas dengan akses terbatas ke cabang bank, mobile banking menjadi solusi untuk mengakses layanan seperti transfer uang, pembayaran, dan tabungan.

Hal ini sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi di kalangan masyarakat yang sebelumnya terisolasi dari sistem keuangan formal. Dengan adanya mobile banking, lebih banyak orang dapat berpartisipasi dalam ekonomi digital dan mengakses produk-produk finansial yang sebelumnya tidak tersedia bagi mereka. Sebagai contoh, pekerja migran di luar negeri dapat dengan mudah mengirimkan uang ke keluarga mereka yang tinggal di negara asal melalui aplikasi mobile banking, yang memungkinkan perputaran uang yang lebih cepat dan efisien.

f. Fleksibilitas dalam Pengelolaan Utang dan Pembayaran Cicilan

Dengan mobile banking, pengguna juga semakin fleksibel dalam mengelola utang dan pembayaran cicilan mereka. Aplikasi mobile banking sering kali menawarkan fasilitas untuk membayar tagihan, cicilan kartu kredit, atau pinjaman dengan mudah. Kemudahan ini mendorong konsumen untuk lebih aktif dalam mengatur pembayaran utang mereka tanpa perlu mengunjungi kantor atau ATM untuk melakukan pembayaran.

Dengan kemampuan untuk mengelola pembayaran cicilan secara otomatis atau terjadwal melalui mobile banking, konsumen

cenderung merasa lebih terkendali dalam pengelolaan keuangan mereka. Hal ini juga dapat mengurangi stres finansial dan mendorong pengelolaan utang yang lebih efisien, sehingga berdampak positif pada perilaku konsumsi mereka. Sebaliknya, kemudahan dalam melakukan pembayaran juga berpotensi membuat orang lebih sering menggunakan kredit, karena mereka merasa lebih mudah untuk melunasi kewajiban.

g. Kepercayaan dan Inovasi dalam Layanan Perbankan

Kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan layanan mobile banking juga berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumsi. Konsumen yang merasa aman menggunakan aplikasi mobile banking, baik untuk transaksi keuangan pribadi maupun investasi, akan lebih cenderung untuk menggunakan layanan ini secara teratur. Oleh karena itu, penting bagi bank dan penyedia layanan untuk terus berinovasi dan meningkatkan tingkat keamanan guna mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Sebagai contoh, banyak aplikasi mobile banking yang mulai menawarkan fitur-fitur baru, seperti pembayaran menggunakan biometrik (sidik jari atau pemindai wajah) atau pemantauan pengeluaran otomatis. Inovasi-inovasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan tetapi juga meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut.

B. Tinjauan Empiris

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

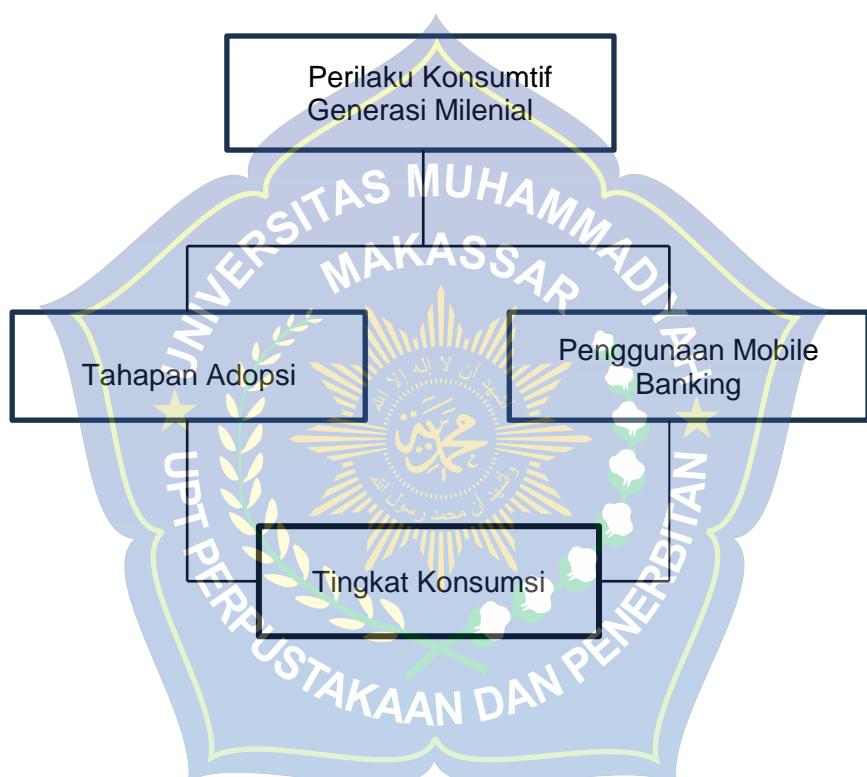
No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Cemelia Hasanah (2022)	Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Kota Bengkulu Pada E-Commerce Perspektif Yusuf Qardhawi	Kualitatif	Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa perilaku konsumsi generasi milenial kota Bengkulu pada umumnya bersikap impulsif dan belum bisa menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan.
2.	Jean Vania Dwi Melati, Muhammad IqbalFasa (2024)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Generasi Milenial	Kualitatif	Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan dan kemanan dan privasi sering kali dianggap sebagai faktor penting dalam adopsi mobile banking oleh generasi milenial. Selain itu, persepsi kegunaan dan ketersediaan fitur dan Pengaruh sosial juga memainkan peran penting meskipun tidak selalu menjadi faktor penentu utama.
3.	Rizka Ayu Permatasari (2019)	Minat Penggunaan Internet Banking dan Mobile Banking pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro	Kualitatif	Dari hasil penelitian, minat mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro terbagi menjadi dua, yaitu minat personal dan situasional. Minat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor social, faktor pribadi dan faktor psikologi.
4.	Kristianti& Pambudi (2017)	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap	Kualitatif	1. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif pada penggunaan mobile banking bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta. 2. Variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif pada penggunaan mobile banking bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta. 3. Variabel persepsi tingkat keamanan berpengaruh positif pada penggunaan mobile

		Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta		banking bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta. 4. Variabel fitur layanan berpengaruh positif pada penggunaan mobile banking bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta.
5.	Kurniawan (2020)	Persepsi Mahasiswa Iain Curup Terhadap Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Cabang Curup (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Iain Curup)	Kualitatif	Dari hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi mahasiswa terhadap penggunaan layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri masih berdasarkan pengetahuannya terhadap layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri ini sendiri, hal ini dilihat dari banyaknya mahasiswa yang mengatakan jika layanan ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi baik transfer ataupun pengecekan saldo, manfaat yang didapatkan, kesulitan yang dirasakan, penerapannya pada mahasiswa serta kesesuaiannya dengan prinsip Syariah. Faktor yang membentuk persepsi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup adalah kemudahan, manfaat yang didapat, kesulitan, kewajiban, 15 penerapannya dikalangan mahasiswa, serta kesesuaiannya dengan prinsip Syariah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yang ditunjukkan dalam gambar menggambarkan hubungan antara penggunaan mobile banking, dampaknya, dan tingkat konsumsi generasi milenial di Makassar. Penggunaan mobile banking menjadi fokus utama, di mana generasi milenial memanfaatkan teknologi ini untuk melakukan transaksi keuangan dengan lebih mudah dan cepat. Dari penggunaan tersebut, muncul berbagai dampak, termasuk perubahan pola belanja dan peningkatan minat terhadap produk dan layanan digital. Akibatnya, tingkat konsumsi generasi milenial meningkat, yang ditandai

dengan kecenderungan mereka untuk berbelanja lebih sering dan dalam jumlah yang lebih besar. Secara keseluruhan, kerangka pikir ini menyoroti bagaimana adopsi mobile banking berkontribusi terhadap perubahan perilaku konsumsi di kalangan generasi milenial di Makassar. Skema kerangka pikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sisoal atau perilaku manusia secara mendalam, denden cara menggali makna, pengalaman, dan perspektif subjek penetian. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan metode ini penulis mengharapkan dapat memperoleh data yang akurat dan lengkap berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu penjelasan secara faktual dan aktual tentang penggunaan mobile banking dan dampaknya terhadap tingkat konsumsi generasi milenial dikota makassar. Data yang dihasilkan dalam penelitian ini berupa kata-kata yang dipaparkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh partisipan atau sumber data. Penelitian ini berusaha memaparkan keadaan atau gejala yang terjadi secara sistematis sehingga keterangan yang diperoleh menjadi jelas.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian tentang penggunaan mobile banking dan dampaknya terhadap tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar dapat dirancang dengan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pola perilaku generasi milenial terhadap teknologi tersebut.

Berikut adalah gambaran fokus penelitian:

1. Mobile banking di kalangan Generasi Milenial

Fokus ini bertujuan untuk memahami apa yang mendorong generasi milenial untuk mengadopsi mobile banking sebagai alat untuk melakukan transaksi keuangan. Generasi milenial, yang dikenal sebagai generasi yang melek teknologi. Lebih cenderung menggunakan aplikasi yang memudahkan hidup mereka.

2. Dampak Mobile Banking terhadap Tingkat Konsumsi

Fokus ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan mobile banking mempengaruhi pola konsumsi generasi milenial. Dengan kemudahan dan akses cepat yang diberikan oleh mobile banking, generasi ini mungkin mengalami perubahan dalam cara mereka berbelanja.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Makassar.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini di perkirakan kurang lebih dua bulan, yakni dari bulan Februari sampai bulan Maret tahun 2025.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer yaitu data yang diperoleh dari responden secara langsung melalui penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini diambil berdasarkan hasil pengumpulan data melalui angket/kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui google from.

E. Informan Penelitian

Informan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang mengetahui secara jelas mengenai penggunaan mobile banking dan dampaknya terhadap tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar.

Informan dalam penelitian ini yaitu:

Kelompok Informan	Siapa	Kenapa	Jumlah Informan
Penggunaan mobile banking generasi milenial	Generasi milenial (usia 18-35 tahun) yang aktif menggunakan mobile banking di Makassar.	Mereka adalah kelompok yang menggunakan mobile banking, sehingga memberikan wawasan tentang dampaknya terhadap pola konsumsi.	30 Orang

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Bertujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan makna dari informan.

2. Kuesioner

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dari responden dengan memberikan pertanyaan yang terstruktur.

3. Observasi

Mengamati perilaku konsumen generasi milenial terkait penggunaan mobile banking, misalnya di tempat umum atau pusat perbelanjaan

G. Metode Analisis Data

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2008), mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif harus dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Apabila jawaban yang disampaikan oleh orang yang diwawancarai atau informan setelah dianalisis dirasa kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga diperoleh data atau informasi yang lebih kredibel. Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analysis Interactive Model dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data Collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menarik kesimpulan dalam pengambilan Tindakan.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberberman, 2007).

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang dikumpulkan oleh penulis akan disajikan dalam bentuk uaraian singkat dengan menjelaskan hubungan masing-masing kategori dan melampirkan dalam sebuah bagan.

4. Penarikan Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*)

Penarikan kesimpulan adalah proses terakhir dari langkah-langkah yang dilakukan diatas. Penarikan kesimpulan diambil dari data yang telah dianalisis dan data yang suah dicek berdasarkan bukti yang didapatkan dilokasi penelitian.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Makassar adalah ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan dan merupakan salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia bagian timur. Terletak di pesisir barat daya Pulau Sulawesi, kota ini memiliki posisi strategis sebagai pintu gerbang antara Indonesia bagian barat dan timur, menjadikannya pusat utama dalam bidang perdagangan, jasa, transportasi, dan logistik. Dengan luas sekitar 199 km² dan jumlah penduduk lebih dari 1,5 juta jiwa, Makassar dikenal dengan julukan "Kota Daeng" dan juga "Kota Angin Mammiri", yang merujuk pada angin khas yang berhembus di wilayah ini.

Secara budaya, Makassar sangat kental dengan warisan suku Bugis dan Makassar, yang tercermin dalam bahasa, adat istiadat, seni, hingga kuliner khas seperti Coto Makassar, Sop Konro, dan Pisang Epe. Kota ini juga merupakan pusat pendidikan di Indonesia Timur, dengan kehadiran Universitas Hasanuddin sebagai salah satu perguruan tinggi terkemuka di kawasan tersebut. Dari sisi pariwisata, Makassar menawarkan berbagai daya tarik, seperti Pantai Losari yang ikonik, benteng peninggalan sejarah Fort Rotterdam, serta gugusan pulau-pulau eksotis di Kepulauan Spermonde.

Perekonomian Makassar terus berkembang, didukung oleh infrastruktur yang semakin modern seperti Pelabuhan Soekarno-Hatta, Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, serta proyek-proyek nasional seperti tol Makassar–Parepare dan pengembangan kawasan ekonomi khusus. Dalam beberapa tahun terakhir, kota ini juga aktif mendorong konsep smart city untuk meningkatkan efisiensi layanan publik dan kualitas hidup

warganya. Dengan segala keunggulan tersebut, Makassar memegang peran penting sebagai motor penggerak pertumbuhan kawasan Indonesia Timur.

1) Visi dan Misi

a. Visi

"Makassar Unggul, Inklusif, Aman, dan Berkelaanjutan" Visi ini mencerminkan komitmen untuk menjadikan Makassar sebagai kota yang maju, inklusif, aman, dan berkelanjutan, dengan fokus pada kualitas hidup masyarakat dan pembangunan yang merata.

b. Misi

- 1) Meningkatkan daya saing ekonomi daerah, penciptaan lapangan kerja, dan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah pesisir dan pulau-pulau.
- 2) Meningkatkan kualitas layanan dasar di bidang pendidikan dan kesehatan secara merata.
- 3) Mewujudkan pembangunan infrastruktur dan tata ruang kota yang berkeadilan dan ramah lingkungan.
- 4) Mengembangkan pusat inovasi kepemudaan dan pengembangan olahraga, seni budaya, serta pariwisata.
- 5) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih dan terpercaya.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan sebagian penduduk Kota Makassar. Jumlah Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Berdasarkan kuesioner yang disebarluaskan dan diisi oleh responden maka peneliti akan membedakan

karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun Responden berdasarkan jenis kelamin di Kota Makassar yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	13
2	Perempuan	17
	Total	30

Sumber: Data primer, tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden dari dua kategori jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari total 30 responden, laki-laki sebanyak 13 orang. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 17 orang, dari total keseluruhan. Hal ini menunjukkan dalam hasil kuesioner, partisipasi perempuan lebih dominan dibanding laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun Responden berdasarkan usia di Kota Makassar yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	18 Tahun	4
2	20 Tahun	3
3	21 Tahun	7
4	22 Tahun	5
5	25 Tahun	2
6	26 Tahun	2
7	27 Tahun	1
8	28 Tahun	3
9	30 Tahun	2
10	31 Tahun	1
	Total	30

Sumber: Data primer, tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia yang cukup bervariasi. Dari total 30 responden, kategori usia terbanyak yaitu usia 21 tahun dengan jumlah 7 orang dari total responden. Disusul oleh usia 22 tahun sebanyak 5 orang. Usia 18 tahun mencakup 4 responden, sedangkan usia 20 tahun dan 28 tahun masing-masing berjumlah 3 orang. Usia 25,26 dan 30 tahun masing-masing berjumlah 2 orang, dan usia 27 dan 31 tahun dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu 1 orang. Dari hasil kuesioner ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden usia 21 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun Responden berdasarkan pendidikan di Kota Makassar yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	SMA	16
2	Perguruan Tinggi	14
	Total	30

Sumber: Data primer, tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas pendidikan SMA sebanyak 16 orang dan perguruan tinggi berjumlah 14 orang. Hasil kuesioner ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan menengah dan berpendidikan tinggi.

2. Adopsi Mobile Banking mempengaruhi Tingkat Konsumsi Generasi Milenial di Kota Makassar

Penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani (2021) menunjukkan bahwa kemudahan akses mobile banking memicu perilaku konsumtif, karena transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, serta didukung oleh

berbagai promo menarik seperti diskon dan cashback. Yuliani dan Sari (2020) juga menemukan bahwa milenial yang aktif menggunakan mobile banking cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi. Di Kota Makassar, hal ini diperkuat oleh temuan Nasir dan Baharuddin (2022), yang mengungkap bahwa peningkatan adopsi mobile banking di kalangan milenial berkorelasi dengan meningkatnya konsumsi barang-barang konsumtif seperti makanan cepat saji, fashion, dan elektronik. Namun demikian, mereka juga mencatat bahwa rendahnya literasi keuangan menyebabkan penggunaan mobile banking lebih banyak dimanfaatkan untuk konsumsi dibandingkan investasi atau tabungan. Oleh karena itu, meskipun adopsi mobile banking memberikan kemudahan, hal ini juga perlu diimbangi dengan edukasi finansial agar generasi milenial dapat menggunakan layanan ini secara bijak dan produktif. *

Kondisi ini secara tidak langsung membentuk pola konsumsi yang cenderung lebih cepat dan impulsif. Transaksi yang dulunya memerlukan proses lebih panjang kini bisa dilakukan hanya dalam hitungan detik. Hal ini mendorong peningkatan pembelian barang dan jasa, khususnya yang bersifat konsumtif. Di Makassar sendiri, fenomena ini terlihat dari menjamurnya bisnis digital dan peningkatan transaksi online di sektor makanan, fesyen, hingga elektronik yang banyak digerakkan oleh milenial. Mobile banking menjadi alat yang memfasilitasi gaya hidup ini karena mendukung pola konsumsi cepat dan instan.

Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan. Literasi finansial yang masih tergolong rendah di kalangan milenial, terutama di wilayah perkotaan

seperti Makassar, menyebabkan sebagian besar dari mereka belum mampu memanfaatkan teknologi mobile banking untuk tujuan produktif seperti menabung, berinvestasi, atau perencanaan keuangan jangka panjang. Sebaliknya, fitur-fitur mobile banking lebih banyak digunakan untuk belanja daring, pembayaran layanan digital, dan konsumsi hiburan. Oleh karena itu, meskipun adopsi mobile banking meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi, hal ini juga perlu diimbangi dengan peningkatan pemahaman tentang manajemen keuangan agar generasi milenial tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

Secara keseluruhan, adopsi mobile banking berperan besar dalam membentuk perilaku konsumsi generasi milenial di Makassar. Teknologi ini memberi dorongan kuat terhadap perubahan gaya hidup dan pola belanja yang lebih digital, namun juga membawa tanggung jawab besar dalam hal pengelolaan keuangan pribadi. Dukungan dari sektor perbankan, pemerintah, dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan literasi keuangan menjadi kunci untuk memastikan penggunaan mobile banking tidak hanya memudahkan, tetapi juga memberdayakan.

Sebagaimana hasil kuesioner peneliti bersama dengan Nabila selaku pengguna mobile banking yang mengatakan bahwa:

"Saya pribadi sangat sering menggunakan mobile banking, biasanya beberapa kali dalam seminggu bahkan kadang setiap hari. Kalau saya lihat di sekitar saya juga banyak yang sudah terbiasa pakai mobile banking, hampir tidak ada yang jarang atau tidak pernah pakai. Jadi memang sudah jadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama untuk urusan keuangan. Alasan utama saya pakai mobile banking itu karena praktis banget. Saya bisa transfer uang, bayar tagihan, atau beli pulsa kapan saja tanpa harus ke bank atau ATM. Cepat dan efisien, jadi nggak perlu buang waktu. Kalau ada keperluan mendadak, mobile banking sangat membantu, apalagi sekarang fiturnya lengkap dan mudah dipakai."

Faktor-faktor lain seperti keamanan, hemat waktu, promosi atau diskon, serta layanan lain yang ditawarkan, meskipun mungkin penting bagi sebagian orang, tidak menjadi alasan utama bagi kelompok informan ini. Kemudahan dalam bertransaksi menjadi nilai jual utama dan daya tarik utama mobile banking bagi mereka.

Dari hasil kuesioner sebagian besar infoman menggunakan mobile banking terutama untuk transfer uang. Pendapat informan menunjukkan bahwa transfer uang adalah jenis transaksi yang paling sering mereka lakukan melalui mobile banking. Ini menggarisbawahi fungsi dasar mobile banking sebagai alat untuk memindahkan dana dengan mudah dan cepat.

Meskipun pembelian produk atau layanan juga cukup sering digunakan oleh sebagian kecil responden, transfer uang tetap menjadi fitur yang paling dominan. Persentase yang kecil untuk pembayaran tagihan dan tidak adanya penggunaan untuk investasi atau tabungan menunjukkan bahwa informan mungkin menggunakan platform lain atau metode pembayaran lain untuk keperluan tersebut, atau fitur-fitur ini kurang menjadi prioritas dalam penggunaan mobile banking mereka saat ini di Makassar.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking di Kalangan Generasi Milenial di Kota Makassar

Adopsi mobile banking di kalangan generasi milenial di Kota Makassar dipengaruhi oleh berbagai faktor yang telah dikaji dalam penelitian terkini. Salah satunya adalah kepercayaan (trust), yang berperan sebagai mediator antara kualitas informasi yang diterima

pengguna dan kepuasan mereka terhadap layanan mobile banking. Penelitian oleh van Deventer (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan tersebut.

Van Deventer menyatakan bahwa kepercayaan pengguna terhadap bank dan aplikasi mobile banking sangat dipengaruhi oleh seberapa baik mereka merasa informasi yang diterima itu dapat diandalkan dan seberapa nyaman mereka merasa saat menggunakan teknologi tersebut. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mobile banking menyediakan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, mereka lebih cenderung memiliki pandangan positif terhadap aplikasi tersebut. Selain itu, keamanan dan privasi data juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa generasi milenial yang lebih terinformasi dan terbiasa dengan teknologi digital memiliki ekspektasi tinggi terhadap keamanan data pribadi mereka.

Selain itu, kepercayaan juga berkaitan dengan reputasi bank yang mengeluarkan aplikasi mobile banking. Bank dengan reputasi yang baik lebih mampu meyakinkan pengguna bahwa aplikasi mereka aman dan dapat diandalkan. Dalam konteks ini, generasi milenial yang lebih peka terhadap isu keamanan digital, seperti penipuan dan peretasan, sangat bergantung pada transparansi dan tanggung jawab yang ditunjukkan oleh bank dalam menangani masalah keamanan.

Lebih jauh lagi, van Deventer (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan yang terbangun tidak hanya mempengaruhi niat pengguna untuk mencoba mobile banking, tetapi juga menentukan apakah mereka

akan terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Oleh karena itu, faktor kepercayaan menjadi kunci utama dalam menciptakan loyalitas pengguna di kalangan generasi milenial, yang lebih memilih teknologi yang memberikan rasa aman dan terjamin. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan bapak Restu yaitu:

“Saya merasa penggunaan mobile banking benar-benar memengaruhi kebiasaan belanja saya sehari-hari, dengan adanya mobile banking, saya jadi lebih sering berbelanja online. Karena prosesnya sangat mudah dan cepat. Transfer uang juga jadi lebih praktis, tidak perlu lagi ke bank atau ATM. Menurut saya, kemudahan transaksi inilah yang membuat saya dan banyak orang lain semakin sering menggunakan mobile banking dalam aktivitas sehari-hari.”

Kemudahan pembayaran melalui mobile banking, baik untuk belanja online maupun offline (misalnya melalui QR code), kemungkinan besar menjadi faktor utama yang menyebabkan pengaruh ini. Akses yang lebih mudah ke dana dan proses pembayaran yang cepat dapat mendorong frekuensi dan jumlah belanja.

“Kalau saya pribadi, mobile banking sangat membantu saya dalam mengatur pengeluaran bulanan. Dengan aplikasi ini, saya bisa lebih mudah memantau transaksi dan memastikan pengeluaran saya tidak berlebihan. Saya tahu ada juga teman-teman yang merasa mobile banking cuma sedikit membantu, tapi bagi saya manfaatnya cukup besar dalam mengelola keuangan sehari-hari.”

Meskipun demikian, ada juga sebagian kecil responden yang merasa mobile banking kurang atau tidak membantu sama sekali dalam aspek pengelolaan pengeluaran. Hal ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, seperti fitur aplikasi yang kurang dimanfaatkan, preferensi metode pengelolaan keuangan lain, atau kurangnya integrasi fitur pengelolaan anggaran yang efektif dalam aplikasi yang mereka gunakan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa mobile banking

dipandang sebagai alat yang berguna oleh sebagian besar informan di Makassar dalam membantu mereka mengawasi dan mengatur keuangan bulanan, meskipun tingkat efektivitasnya bervariasi antar individu.

Pendapat informan secara keseluruhan sangat positif mengenai keuntungan mobile banking dalam mengatur keuangan pribadi. Mayoritas besar responden merasa mobile banking cukup menguntungkan atau sangat menguntungkan. Hanya sebagian kecil yang merasa mobile banking tidak terlalu menguntungkan. Namun, tidak ada satupun responden yang merasa mobile banking tidak memberikan keuntungan sama sekali.

Ini mengindikasikan bahwa mobile banking secara umum dipandang sebagai alat yang bermanfaat bagi penduduk Makassar dalam mengelola aspek keuangan pribadi mereka, memberikan kemudahan, efisiensi, dan kontrol yang dirasakan memberikan keuntungan bagi sebagian besar penggunanya.

4. Dampak penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan mobile banking secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial. Sebuah studi oleh Dina Pratiwi (2019) menemukan bahwa penggunaan mobile banking berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja online. Kemudahan transaksi, efektivitas, fleksibilitas, dan kemudahan adopsi mobile banking berkontribusi sebesar 21,5% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung memiliki intensitas tinggi dalam berbelanja online dan

tertarik pada promo yang ditawarkan oleh penjual, meskipun produk tersebut tidak dibutuhkan.

Penelitian lain oleh Frialyani, Mulyadi, dan Sandi (2024) di Kabupaten Karawang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan variabel gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Di sisi lain, penelitian oleh Wensensius Ngampus, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, dan Fridayana Yudiaatmaja (2023) di Kota Denpasar menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, gaya hidup dan penggunaan uang elektronik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Ketiga faktor ini secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Denpasar. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan Nabila yaitu:

“Kalau saya lihat, kemudahan yang ditawarkan mobile banking memang bikin saya jadi lebih sering menghabiskan uang. Semua transaksi jadi gampang banget, jadi kadang tanpa sadar saya jadi lebih sering belanja online atau transfer uang. Memang sih, kemudahan ini yang bikin saya dan teman-teman milenial di Makassar cenderung lebih boros, tapi ya itu juga karena mobile banking bikin segalanya jadi praktis dan cepat.”

Kemudahan akses ke dana dan proses pembayaran yang cepat melalui mobile banking kemungkinan besar dianggap sebagai faktor yang dapat mendorong pengeluaran yang lebih impulsif atau kurang terkontrol di kalangan generasi milenial.

Meskipun ada sebagian responden yang berpendapat bahwa hal ini tidak terlalu cenderung terjadi, tidak ada yang merasa bahwa mobile banking sama sekali tidak memengaruhi kecenderungan pengeluaran generasi milenial. Ini mengindikasikan adanya kesadaran akan potensi dampak mobile banking terhadap perilaku konsumsi kelompok usia ini di Makassar.

“Saya rasa banyak dari kami di Makassar yang sebenarnya butuh edukasi lebih tentang cara menggunakan mobile banking dengan bijak. Saya sendiri merasa penting banget untuk paham gimana memanfaatkan fitur-fitur di aplikasi ini secara bertanggung jawab supaya nggak salah langkah. Dari hasil ngobrol sama teman-teman, sekitar 90% dari kami sepakat kalau pemahaman dan kesadaran soal penggunaan mobile banking harus ditingkatkan supaya manfaatnya bisa maksimal dan kita juga bisa lebih aman dalam bertransaksi.”

Hal ini mungkin didorong oleh kesadaran akan potensi risiko (seperti penipuan online), pentingnya pengelolaan keuangan yang baik di era digital, atau keinginan untuk memaksimalkan manfaat mobile banking secara aman dan efektif.

Meskipun sebagian kecil (10%) merasa edukasi lebih lanjut tidak diperlukan, mayoritas yang sangat besar memberikan indikasi kuat bahwa inisiatif edukasi mengenai penggunaan mobile banking yang bijak akan sangat bermanfaat bagi masyarakat di Makassar.

C. Pembahasan

1. Adopsi dalam Mobile Banking Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Generasi Milenial di Kota Makassar

Peningkatan adopsi mobile banking di kalangan milenial berkorelasi dengan meningkatnya konsumsi barang-barang konsumtif seperti makanan cepat saji, fashion, dan elektronik. Namun demikian, mereka juga mencatat bahwa rendahnya literasi keuangan menyebabkan penggunaan mobile banking lebih banyak dimanfaatkan untuk konsumsi dibandingkan investasi atau tabungan. Oleh karena itu, meskipun adopsi mobile banking memberikan kemudahan, hal ini juga perlu diimbangi dengan edukasi finansial agar generasi milenial dapat menggunakan layanan ini secara bijak dan produktif.

Kondisi ini secara tidak langsung membentuk pola konsumsi yang cenderung lebih cepat dan impulsif. Transaksi yang dulunya memerlukan proses lebih panjang kini bisa dilakukan hanya dalam hitungan detik. Hal ini mendorong peningkatan pembelian barang dan jasa, khususnya yang bersifat konsumtif. Di Makassar sendiri, fenomena ini terlihat dari menjamurnya bisnis digital dan peningkatan transaksi online di sektor makanan, fesyen, hingga elektronik yang banyak digerakkan oleh milenial. Mobile banking menjadi alat yang memfasilitasi gaya hidup ini karena mendukung pola konsumsi cepat dan instan.

Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan. Literasi finansial yang masih tergolong rendah di kalangan milenial, terutama di wilayah perkotaan seperti Makassar, menyebabkan sebagian besar dari mereka belum

mampu memanfaatkan teknologi mobile banking untuk tujuan produktif seperti menabung, berinvestasi, atau perencanaan keuangan jangka panjang. Sebaliknya, fitur-fitur mobile banking lebih banyak digunakan untuk belanja daring, pembayaran layanan digital, dan konsumsi hiburan. Oleh karena itu, meskipun adopsi mobile banking meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi, hal ini juga perlu diimbangi dengan peningkatan pemahaman tentang manajemen keuangan agar generasi milenial tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

Secara keseluruhan, adopsi mobile banking berperan besar dalam membentuk perilaku konsumsi generasi milenial di Makassar. Teknologi ini memberi dorongan kuat terhadap perubahan gaya hidup dan pola belanja yang lebih digital, namun juga membawa tanggung jawab besar dalam hal pengelolaan keuangan pribadi. Dukungan dari sektor perbankan, pemerintah, dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan literasi keuangan menjadi kunci untuk memastikan penggunaan mobile banking tidak hanya memudahkan, tetapi juga memberdayakan.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam bidang perbankan. Salah satu inovasi yang kini sangat populer adalah layanan mobile banking. Mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui aplikasi di perangkat mobile seperti smartphone. Di Indonesia, adopsi mobile banking mengalami peningkatan tajam, terutama di kalangan generasi milenial yang dikenal adaptif terhadap teknologi. Kota Makassar sebagai salah satu kota metropolitan

di Indonesia bagian timur juga menunjukkan tren yang serupa, di mana generasi milenial di kota ini menjadi pengguna aktif layanan mobile banking. Namun, pertanyaan yang muncul kemudian adalah sejauh mana adopsi mobile banking ini mempengaruhi pola konsumsi generasi milenial di kota Makassar.

Generasi milenial, yang umumnya lahir antara tahun 1981 hingga 1996, merupakan generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital. Mereka memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, terutama dalam hal cara berinteraksi dengan uang dan teknologi. Milenial cenderung menginginkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam melakukan berbagai aktivitas, termasuk dalam hal bertransaksi keuangan. Mobile banking menawarkan semua hal tersebut, mulai dari fitur transfer, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga investasi yang dapat dilakukan hanya melalui satu aplikasi dalam genggaman tangan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika layanan ini sangat diminati oleh generasi milenial di Makassar.

Adopsi mobile banking oleh generasi milenial telah mengubah cara mereka mengelola keuangan sehari-hari. Jika dahulu seseorang harus mengantre di bank untuk mentransfer uang atau membayar tagihan, kini semua bisa dilakukan dalam hitungan detik tanpa harus keluar rumah. Kemudahan ini mendorong perilaku konsumtif karena hambatan dalam melakukan pengeluaran menjadi semakin kecil. Generasi milenial dapat dengan mudah membeli barang melalui e-commerce, membayar langganan digital seperti Spotify dan Netflix,

hingga memesan makanan secara online hanya dengan beberapa ketukan jari. Pola konsumsi yang dulunya bersifat fisik kini berubah menjadi digital, dan peran mobile banking menjadi sangat sentral dalam proses ini.

Kondisi ini menjadi semakin menarik ketika dikaji dari sudut pandang ekonomi perilaku. Dalam ekonomi perilaku, kemudahan akses terhadap uang dan transaksi berpotensi memengaruhi keputusan konsumsi seseorang. Dengan mobile banking, uang terasa “tidak nyata” karena tidak berbentuk fisik. Hal ini bisa mengurangi persepsi terhadap nilai uang dan membuat pengeluaran terasa lebih ringan. Misalnya, membayar Rp500.000 secara tunai mungkin akan terasa lebih berat dibandingkan mentransfer jumlah yang sama melalui aplikasi mobile banking. Ketidakterlihatan uang ini bisa membuat generasi milenial cenderung mengabaikan kontrol anggaran mereka, sehingga konsumsi menjadi lebih impulsif. Di kota Makassar sendiri, pesatnya pertumbuhan ekonomi digital turut mendukung adopsi mobile banking. Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mulai menerima pembayaran melalui transfer bank dan QR code. Ini membuat mobile banking semakin relevan dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial. Mereka tidak hanya menggunakannya untuk keperluan pribadi, tetapi juga dalam mendukung aktivitas ekonomi, seperti menjalankan usaha online atau menjadi reseller produk digital. Di satu sisi, ini mendorong produktivitas dan inovasi, tetapi di sisi lain juga membuka celah bagi konsumsi yang tidak terkendali.

Selain itu, fenomena gaya hidup modern yang banyak dipengaruhi oleh media sosial juga berperan dalam meningkatnya konsumsi generasi milenial. Paparan terhadap gaya hidup mewah, tren fashion terbaru, makanan kekinian, hingga liburan eksotis seringkali mendorong generasi ini untuk membelanjakan uang mereka demi eksistensi sosial. Dengan adanya mobile banking, proses transaksi menjadi sangat mudah sehingga mendorong milenial untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup tersebut tanpa terlalu banyak berpikir. Bahkan dalam beberapa kasus, ada kecenderungan untuk berhutang melalui fitur paylater atau kredit digital yang terintegrasi dengan mobile banking atau aplikasi lain. Ini menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital dapat meningkatkan tingkat konsumsi, bahkan di luar batas kemampuan finansial. Meski begitu, penting untuk dicatat bahwa tidak semua dampak dari adopsi mobile banking bersifat negatif. Mobile banking juga memberikan kesempatan bagi generasi milenial untuk belajar mengelola keuangan dengan lebih baik. Banyak aplikasi perbankan kini dilengkapi dengan fitur pengelolaan anggaran, pelacakan pengeluaran, serta investasi otomatis. Generasi milenial yang melek literasi keuangan dapat memanfaatkan fitur-fitur ini untuk membangun kebiasaan keuangan yang sehat. Mereka bisa menetapkan batas pengeluaran, memantau arus kas bulanan, dan bahkan menyisihkan dana untuk tabungan dan investasi. Di Makassar, mulai muncul komunitas anak muda yang peduli terhadap pengelolaan keuangan pribadi, yang menandakan adanya kesadaran baru tentang pentingnya finansial yang sehat.

Namun, untuk mengoptimalkan dampak positif dari mobile banking, diperlukan edukasi dan literasi keuangan yang memadai. Pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan institusi pendidikan perlu bekerja sama dalam memberikan pelatihan atau seminar tentang manajemen keuangan berbasis digital. Kesadaran ini penting agar generasi milenial tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga pengguna yang cerdas dan bertanggung jawab. Apalagi dengan tantangan ekonomi yang terus berubah dan tingkat inflasi yang fluktuatif, kemampuan mengelola uang secara efektif menjadi kunci dalam mencapai stabilitas finansial jangka panjang. Secara keseluruhan, adopsi mobile banking oleh generasi milenial di kota Makassar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat konsumsi mereka. Di satu sisi, mobile banking memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi yang mendukung gaya hidup digital mereka. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut juga dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak sehat apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik. Maka dari itu, diperlukan pendekatan holistik yang tidak hanya fokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga pada pemberdayaan generasi muda agar mampu mengelola keuangannya dengan bijak.

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Adopsi Mobile Banking di Kalangan Generasi Milenial di Kota Makassar

Adopsi mobile banking di kalangan generasi milenial di Kota Makassar dipengaruhi oleh berbagai faktor yang telah dikaji dalam penelitian terkini. Salah satunya adalah kepercayaan (trust), yang berperan sebagai mediator antara kualitas informasi yang diterima pengguna dan kepuasan mereka terhadap layanan mobile banking.

Kepercayaan pengguna terhadap bank dan aplikasi mobile banking sangat dipengaruhi oleh seberapa baik mereka merasa informasi yang diterima itu dapat diandalkan dan seberapa nyaman mereka merasa saat menggunakan teknologi tersebut. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mobile banking menyediakan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, mereka lebih cenderung memiliki pandangan positif terhadap aplikasi tersebut. Selain itu, keamanan dan privasi data juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa generasi milenial yang lebih terinformasi dan terbiasa dengan teknologi digital memiliki ekspektasi tinggi terhadap keamanan data pribadi mereka.

Selain itu, kepercayaan juga berkaitan dengan reputasi bank yang mengeluarkan aplikasi mobile banking. Bank dengan reputasi yang baik lebih mampu meyakinkan pengguna bahwa aplikasi mereka aman dan dapat diandalkan. Dalam konteks ini, generasi milenial yang lebih peka terhadap isu keamanan digital, seperti penipuan dan peretasan, sangat bergantung pada transparansi dan tanggung jawab yang ditunjukkan oleh bank dalam menangani masalah keamanan.

Lebih jauh lagi, van Deventer (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan yang terbangun tidak hanya mempengaruhi niat pengguna untuk mencoba mobile banking, tetapi juga menentukan apakah mereka akan terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Oleh karena itu, faktor kepercayaan menjadi kunci utama dalam menciptakan loyalitas pengguna di kalangan generasi milenial, yang lebih memilih teknologi yang memberikan rasa aman dan terjamin.

Kemudahan pembayaran melalui mobile banking, baik untuk belanja online maupun offline (misalnya melalui QR code), kemungkinan besar menjadi faktor utama yang menyebabkan pengaruh ini. Akses yang lebih mudah ke dana dan proses pembayaran yang cepat dapat mendorong frekuensi dan jumlah belanja.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa mobile banking dipandang sebagai alat yang berguna oleh sebagian besar informan di Makassar dalam membantu mereka mengawasi dan mengatur keuangan bulanan, meskipun tingkat efektivitasnya bervariasi antar individu.

Ini mengindikasikan bahwa mobile banking secara umum dipandang sebagai alat yang bermanfaat bagi penduduk Makassar dalam mengelola aspek keuangan pribadi mereka, memberikan kemudahan, efisiensi, dan kontrol yang dirasakan memberikan keuntungan bagi sebagian besar penggunanya.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia perbankan, terutama dengan hadirnya layanan mobile banking yang memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan. Mobile banking memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan perbankan melalui perangkat seluler tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara fisik. Di Indonesia, tingkat adopsi mobile banking terus meningkat, khususnya di kalangan generasi milenial. Di kota Makassar, generasi milenial menjadi segmen pengguna terbesar yang memanfaatkan layanan ini karena karakteristik mereka yang akrab dengan teknologi dan internet. Namun, adopsi mobile banking oleh generasi milenial tidak terjadi begitu saja, melainkan dipengaruhi

oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting untuk merancang strategi peningkatan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan perilaku generasi tersebut.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi mobile banking adalah **kemudahan penggunaan (perceived ease of use)**. Generasi milenial di Makassar, seperti halnya milenial di kota besar lainnya, menghargai kepraktisan dan kecepatan dalam bertransaksi. Mereka tidak lagi memiliki waktu atau minat untuk mengantri di bank atau ATM hanya untuk melakukan transfer atau membayar tagihan. Layanan mobile banking yang menawarkan antarmuka pengguna yang sederhana, intuitif, dan mudah dipahami sangat menarik bagi generasi ini. Jika aplikasi mobile banking memiliki navigasi yang rumit, terlalu banyak langkah untuk menyelesaikan satu transaksi, atau sering mengalami kendala teknis, maka potensi adopsinya akan menurun secara signifikan. Oleh karena itu, bank harus memastikan bahwa desain aplikasi mereka user-friendly agar dapat menarik perhatian milenial.

Faktor kedua yang sangat berpengaruh adalah **perceived usefulness** atau persepsi terhadap kegunaan layanan. Generasi milenial akan cenderung mengadopsi teknologi apabila mereka merasa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari. Di kota Makassar, di mana aktivitas masyarakat semakin dinamis dan gaya hidup urban mulai mendominasi, generasi milenial melihat mobile banking sebagai solusi efisien untuk mengelola keuangan. Dengan mobile banking, mereka dapat memantau saldo rekening, melakukan transaksi, mengelola investasi, hingga membayar berbagai layanan digital secara

real time. Keberadaan fitur-fitur ini meningkatkan persepsi bahwa mobile banking bukan hanya alat transaksi, tetapi juga alat manajemen keuangan pribadi yang efektif.

Faktor berikutnya adalah keamanan dan privasi. Dalam dunia digital, isu keamanan menjadi sangat krusial, terlebih dalam transaksi keuangan. Milenial, meskipun cenderung lebih terbuka terhadap teknologi, juga memiliki kekhawatiran terhadap risiko pencurian data, peretasan akun, dan penipuan digital. Oleh karena itu, persepsi terhadap tingkat keamanan dari layanan mobile banking menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk mengadopsi layanan tersebut. Bank-bank di Makassar perlu memastikan bahwa sistem mereka dilengkapi dengan enkripsi kuat, autentikasi dua faktor, serta sistem deteksi aktivitas mencurigakan. Kampanye edukasi mengenai keamanan siber juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna milenial terhadap layanan mereka.

Kepercayaan (trust) terhadap lembaga penyedia layanan juga memiliki peran penting. Generasi milenial akan cenderung menggunakan layanan dari bank yang memiliki reputasi baik, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Di Makassar, beberapa bank besar dan bank digital sudah mulai aktif menjangkau segmen milenial melalui media sosial dan kegiatan digital marketing. Membangun kepercayaan bukan hanya tentang keamanan teknologi, tetapi juga mencakup bagaimana bank memberikan layanan pelanggan yang cepat, solusi atas masalah teknis, serta edukasi finansial yang mendukung literasi digital pengguna.

Selain itu, **pengaruh sosial (social influence)** juga memainkan peran signifikan. Milenial cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka, termasuk teman sebaya, keluarga, dan influencer digital. Jika mayoritas teman dalam satu lingkungan kerja atau komunitas menggunakan mobile banking tertentu dan merasa puas, maka ada kemungkinan besar individu dalam lingkungan tersebut juga akan ikut menggunakannya. Di era media sosial, pengalaman pengguna yang dibagikan dalam bentuk ulasan atau testimoni juga dapat memperkuat atau melemahkan niat seseorang dalam mengadopsi layanan tertentu. Di Makassar, komunitas digital yang aktif seperti komunitas startup, e-commerce, dan komunitas teknologi turut menjadi saluran yang memperkuat adopsi mobile banking.

Ketersediaan infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet dan kepemilikan smartphone, juga sangat mempengaruhi adopsi mobile banking. Meskipun Makassar tergolong sebagai kota besar dengan infrastruktur digital yang terus berkembang, namun ketersediaan jaringan yang stabil dan kecepatan internet yang memadai tetap menjadi syarat mutlak. Apabila pengguna mengalami kesulitan dalam mengakses aplikasi karena lambatnya jaringan atau tidak kompatibelnya perangkat mereka dengan aplikasi, maka adopsi mobile banking akan terhambat. Oleh karena itu, sinergi antara penyedia layanan perbankan dan penyedia layanan telekomunikasi menjadi kunci penting dalam menciptakan ekosistem digital yang mendukung.

Literasi digital dan keuangan juga berperan sebagai faktor fundamental. Tidak semua generasi milenial memiliki tingkat literasi digital

yang sama. Meskipun secara umum mereka dianggap akrab dengan teknologi, namun tidak sedikit pula yang masih belum memahami secara penuh cara menggunakan mobile banking secara aman dan efektif. Kurangnya pemahaman ini dapat menimbulkan ketakutan terhadap risiko penipuan atau kesalahan transaksi, yang pada akhirnya menghambat adopsi. Oleh karena itu, diperlukan upaya dari bank dan instansi terkait untuk memberikan edukasi literasi digital dan keuangan melalui pelatihan, seminar, kampanye media sosial, maupun kerja sama dengan perguruan tinggi dan komunitas lokal.

Faktor lain yang juga berpengaruh adalah **kemudahan akses terhadap fitur tambahan seperti QRIS, paylater, dan digital wallet**. Generasi milenial di Makassar kini tidak hanya menginginkan layanan transaksi dasar, tetapi juga layanan yang memudahkan gaya hidup digital mereka. Misalnya, integrasi antara mobile banking dan platform belanja online, e-wallet, atau sistem pembayaran digital lainnya akan meningkatkan nilai guna aplikasi mobile banking. Jika sebuah aplikasi menawarkan fitur yang lengkap dan terintegrasi dengan kebutuhan harian seperti pembayaran transportasi online, makanan, atau langganan hiburan digital, maka tingkat adopsinya akan lebih tinggi dibandingkan aplikasi yang hanya menyediakan fitur konvensional.

Terakhir, **faktor promosi dan insentif** juga tidak dapat diabaikan. Banyak generasi milenial yang tertarik mencoba layanan baru karena adanya tawaran promosi seperti cashback, diskon, atau poin reward. Strategi ini efektif untuk mendorong adopsi awal, terutama jika dikombinasikan dengan kampanye pemasaran yang menarik dan

relatable. Di Makassar, banyak bank sudah mulai melakukan pendekatan ini, terutama saat peluncuran fitur baru atau kerja sama dengan merchant lokal.

Dari seluruh uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa adopsi mobile banking oleh generasi milenial di kota Makassar dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor teknologi, sosial, psikologis, dan ekonomi. Bank dan penyedia layanan digital harus memahami dinamika ini secara menyeluruh agar mampu merancang strategi pelayanan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menjawab kebutuhan emosional, gaya hidup, dan perilaku sosial generasi milenial. Dengan demikian, layanan mobile banking tidak hanya akan menjadi alternatif transaksi keuangan, tetapi juga menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi milenial di Makassar.

3. Dampak Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar

Penggunaan mobile banking berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja online. Kemudahan transaksi, efektivitas, fleksibilitas, dan kemudahan adopsi mobile banking berkontribusi sebesar 21,5% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung memiliki intensitas tinggi dalam berbelanja online dan tertarik pada promo yang ditawarkan oleh penjual, meskipun produk tersebut tidak dibutuhkan.

Kemudahan penggunaan mobile banking dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan

signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan variabel gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, gaya hidup dan penggunaan uang elektronik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Ketiga faktor ini secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Denpasar.

Kemudahan akses ke dana dan proses pembayaran yang cepat melalui mobile banking kemungkinan besar dianggap sebagai faktor yang dapat mendorong pengeluaran yang lebih impulsif atau kurang terkontrol di kalangan generasi milenial.

Meskipun ada sebagian responden yang berpendapat bahwa hal ini tidak terlalu cenderung terjadi, tidak ada yang merasa bahwa mobile banking sama sekali tidak memengaruhi kecenderungan pengeluaran generasi milenial. Ini mengindikasikan adanya kesadaran akan potensi dampak mobile banking terhadap perilaku konsumsi kelompok usia ini di Makassar.

Hal ini mungkin didorong oleh kesadaran akan potensi risiko (seperti penipuan online), pentingnya pengelolaan keuangan yang baik di era digital, atau keinginan untuk memaksimalkan manfaat mobile banking secara aman dan efektif.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat

telah melahirkan berbagai inovasi di sektor keuangan, salah satunya adalah layanan mobile banking. Mobile banking adalah sistem layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas finansial melalui perangkat seluler secara mudah, cepat, dan fleksibel. Di Indonesia, adopsi mobile banking berkembang sangat cepat, terutama di kalangan generasi milenial yang dikenal adaptif terhadap teknologi digital. Di kota Makassar, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan pendidikan di kawasan timur Indonesia, generasi milenial menjadi pengguna aktif mobile banking. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, terdapat sisi lain dari penggunaan mobile banking yang perlu dikaji secara kritis, yakni pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Generasi milenial yang umumnya lahir antara tahun 1981 hingga 1996 memiliki karakteristik yang unik. Mereka tumbuh di era perkembangan teknologi digital dan terbiasa dengan kemudahan serta kecepatan dalam mengakses informasi maupun layanan. Dalam konteks keuangan, milenial cenderung menyukai layanan yang fleksibel dan instan. Mobile banking menjawab semua kebutuhan tersebut dengan menyediakan layanan keuangan digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Namun, kemudahan ini secara tidak langsung juga mendorong munculnya perilaku konsumtif. Dengan fitur transfer instan, pembayaran digital, hingga integrasi dengan aplikasi belanja online, perilaku belanja menjadi semakin impulsif karena pengeluaran dapat dilakukan hanya dalam beberapa klik, tanpa hambatan fisik atau emosional yang biasanya hadir dalam transaksi konvensional.

Di kota Makassar, penggunaan mobile banking di kalangan milenial terlihat sangat signifikan. Hal ini didorong oleh penetrasi smartphone yang tinggi, pertumbuhan e-commerce lokal, serta digitalisasi pembayaran di berbagai sektor ekonomi. Banyak milenial yang memanfaatkan mobile banking untuk membayar makanan melalui layanan delivery, belanja kebutuhan pribadi secara online, hingga berlangganan platform hiburan digital. Aktivitas ini, meskipun menunjang gaya hidup modern, juga meningkatkan kecenderungan konsumsi yang bersifat tidak terencana. Dengan tersedianya dana secara digital dan mudah diakses, batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kabur. Milenial lebih mudah tergoda untuk membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak mereka perlukan secara mendesak.

Perilaku konsumtif yang didorong oleh penggunaan mobile banking dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen dan ekonomi perilaku. Salah satu konsep penting adalah "pain of paying" atau rasa sakit saat mengeluarkan uang. Dalam transaksi tunai, rasa ini muncul karena seseorang secara fisik mengeluarkan uang dari dompetnya. Namun, dalam transaksi digital seperti mobile banking, rasa sakit ini berkurang drastis karena uang tidak terlihat secara fisik. Hal ini menyebabkan konsumen merasa lebih ringan dan santai dalam melakukan pengeluaran, yang pada akhirnya meningkatkan frekuensi dan jumlah konsumsi. Generasi milenial di Makassar yang terbiasa melakukan transaksi secara digital menjadi lebih mudah terpengaruh oleh promosi online, diskon digital, dan tawaran instan lainnya.

Dampak konsumtif ini tidak hanya terjadi pada sektor belanja

online atau gaya hidup, tetapi juga menyentuh aspek keuangan pribadi secara keseluruhan. Banyak milenial yang mengalami kesulitan mengatur anggaran bulanan karena tidak sadar seberapa besar uang yang telah mereka keluarkan melalui mobile banking. Apalagi jika mereka menggunakan fitur autodebit untuk pembayaran langganan atau paylater untuk pembelian tertentu. Ketidaksadaran ini dapat menimbulkan masalah keuangan jangka panjang seperti utang konsumtif, kurangnya dana darurat, bahkan kebiasaan hidup dari gaji ke gaji tanpa tabungan. Di Makassar, sejumlah riset lokal menunjukkan adanya tren peningkatan penggunaan kredit digital dan paylater oleh kalangan muda, yang menunjukkan bahwa pengaruh mobile banking terhadap gaya hidup konsumtif cukup signifikan.

Selain itu, tekanan sosial juga memperkuat dampak mobile banking terhadap perilaku konsumtif. Di era media sosial, citra diri menjadi sangat penting, dan generasi milenial cenderung terdorong untuk mengikuti tren atau mempertahankan gaya hidup tertentu demi eksistensi sosial. Mobile banking, yang memudahkan transaksi kapan saja, membuat keinginan untuk “ikut-ikutan” tren menjadi lebih mudah diwujudkan. Misalnya, membeli barang yang sedang viral, memesan makanan dari restoran kekinian, atau memesan tiket konser dan traveling secara impulsif karena tergiur promo. Di kota Makassar, budaya “nongki” dan eksplorasi kuliner yang marak di kalangan milenial juga menjadi saluran ekspresi konsumtif yang sangat didukung oleh kemudahan mobile banking.

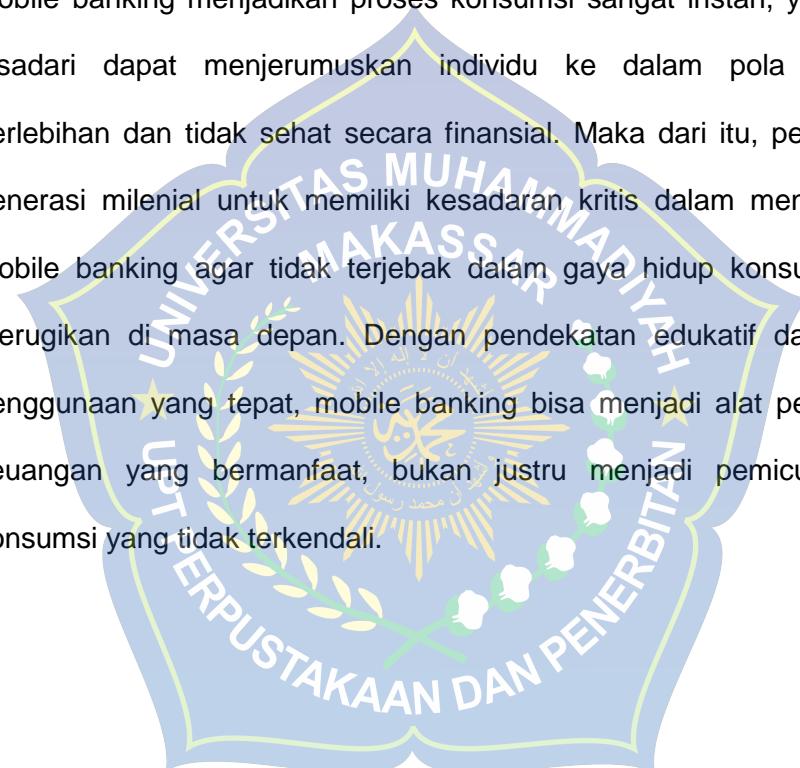
Namun, tidak semua dampak penggunaan mobile banking

terhadap perilaku konsumtif bersifat negatif. Di sisi lain, mobile banking juga dapat menjadi alat yang membantu manajemen keuangan jika digunakan dengan bijak. Banyak aplikasi perbankan kini telah dilengkapi dengan fitur pemantauan pengeluaran, notifikasi transaksi, serta grafik keuangan yang memudahkan pengguna dalam melacak aliran dana mereka. Bagi milenial yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, mobile banking justru bisa menjadi sarana untuk mengontrol dan merencanakan keuangan pribadi. Misalnya, mereka bisa menetapkan target tabungan otomatis, memisahkan rekening operasional dan simpanan, serta memanfaatkan fitur investasi digital yang ada dalam aplikasi perbankan.

Oleh karena itu, penggunaan mobile banking oleh generasi milenial di Makassar perlu diiringi dengan peningkatan literasi keuangan dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi. Edukasi tentang perencanaan keuangan, budgeting, dan kontrol konsumsi sangat penting untuk menyeimbangkan kemudahan akses digital dengan pengambilan keputusan finansial yang rasional. Lembaga keuangan, pemerintah daerah, dan institusi pendidikan perlu berkolaborasi untuk menyelenggarakan program-program literasi finansial yang relevan dengan kebutuhan generasi milenial. Di Makassar, potensi ini sangat besar mengingat banyaknya perguruan tinggi, komunitas anak muda, serta startup yang bisa diajak kerja sama untuk menyebarkan edukasi keuangan berbasis digital.

Dalam kesimpulannya, penggunaan mobile banking telah

membawa dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Makassar. Di satu sisi, teknologi ini memberikan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas dalam bertransaksi, yang sejalan dengan gaya hidup dinamis generasi milenial. Namun di sisi lain, kemudahan ini juga meningkatkan potensi perilaku konsumtif karena menurunnya kendali emosional dan fisik dalam proses pengeluaran uang. Mobile banking menjadikan proses konsumsi sangat instan, yang tanpa disadari dapat menjerumuskan individu ke dalam pola konsumsi berlebihan dan tidak sehat secara finansial. Maka dari itu, penting bagi generasi milenial untuk memiliki kesadaran kritis dalam menggunakan mobile banking agar tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif yang merugikan di masa depan. Dengan pendekatan edukatif dan strategi penggunaan yang tepat, mobile banking bisa menjadi alat pengelolaan keuangan yang bermanfaat, bukan justru menjadi pemicu perilaku konsumsi yang tidak terkendali.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan mobile banking terhadap tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Mobile banking telah menjadi bagian penting dalam kehidupan finansial milenial di Makassar. Mereka menggunakan layanan ini secara aktif karena kemudahan, kecepatan, dan efisiensi yang ditawarkan.
2. Faktor utama yang memengaruhi adopsi mobile banking di kalangan milenial meliputi kemudahan penggunaan, keamanan, efisiensi waktu, promosi bank, serta pengaruh sosial.
3. Penggunaan mobile banking berdampak signifikan terhadap perilaku konsumsi milenial. Kemudahan akses dan transaksi yang cepat mendorong peningkatan konsumsi, terutama untuk belanja online, pembayaran digital, dan transaksi impulsif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Kembangkan Layanan Spesifik untuk Milenial: Bank perlu membuat layanan mobile banking yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup generasi milenial, seperti fitur tagihan bersama atau perencanaan keuangan pribadi.
2. Tingkatkan Pengalaman Pengguna dan Keamanan: Bank harus fokus

pada aplikasi yang mudah digunakan, aman, dan melindungi data pengguna untuk meningkatkan kepercayaan dan penggunaan mobile banking.

3. Strategi Pemasaran yang Efektif: Bank perlu merancang pemasaran yang tepat sasaran untuk generasi milenial agar lebih efektif dalam memperluas pasar dan meningkatkan kinerja.



DAFTAR PUSTAKA

- ABI FADLAN. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
- Amin, H., & Isa, Z. M. (2008). *The influence of attitudes towards internet banking on its adoption behavior*. *International Journal of Bank Marketing*, 26(7), 553-565
- Darmaenis, & Yenny. (2022). *Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perhotelan.*, 1(1).
- Fajar Fadillah, A., Putri Ramayanti, T., & Yusuf, A. (2022). *Pengaruh E-Trust on Re-use Intention Terhadap Platform Flip*. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 875–889.
- Hasanah, Camelia. *Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Kota Bengkulu Pada E-Commerce Perspektif Yusuf Qardhawi*. Diss. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022.
- Hasibuan, A. N., Arif, M., Lubis, N., & Daulay, P. B. M. (2022). *Analysis Of The Behavior Of Using Mobile Banking Services For Students*. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 10(2), 263–273. <https://doi.org/10.24952/masharif.v10i2.6522>
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). *Analisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan terhadap penggunaan mobile banking pada Mahasiswa di DKI Jakarta*. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50-67.
- Kurniawan, Medi, Oloan Muda Hasyim, and Hariyanto Wijaya. *Persepsi Mahasiswa IAIN Curup terhadap Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Cabang Curup (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup)*. Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2019.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). *An empirical study of customers' adoption of mobile banking: The case of Korean banking sector*. *International Journal of Mobile Communications*, 8(5), 430-453.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). *Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank Bni Syariah Kcp Magelang*. 8, 49–57.
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta*.

Jurnal Akuntansi, 11(1), 50–67.

- Kusumaningtyas, Noviana Krisyani, and Deni Wardani. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN)." Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking) 5.2 (2019): 64-72
- Kurniawan, M. (2020). *Persepsi Mahasiswa IAIN Curup Terhadap Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Cabang Curup (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup)*.
- Liao, Z., & Cheung, M. T. (2002). *Internet-based e-banking and customer satisfaction: The role of experience and trust*. International Journal of Bank Marketing, 20(6), 272-283.
- Lubis, Muhammad Vadly Azhar, and Onan Marakali Siregar."Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat." SENRIABDI (2021): 874-881.
- Maulana, Rian, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany. "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model." Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi 2.2 (2019): 146-155.
- Melati, Jean Vania Dwi, and Muhammad Iqbal Fasa. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan layanan Mobile Banking pada Generasi Milenial." Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara 1.5 (2024): 7785-7792
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). *Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5(02), 155. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>



Lampiran 1 Wawancara Penelitian

Judul: Penggunaan Mobile Banking Terhadap Tingkat Konsumtif Generasi Milenial di Kota Makassar

Identitas Responden

2. Nama :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan Terakhir :

Pertanyaan

A. Adopsi penggunaan mobile banking mempengaruhi tingkat konsumsi generasi milenial di Kota Makassar

1. Seberapa Sering Anda Menggunakan mobile bangking ?
2. Apa alasan utama anda menggunakan mobile bangking?
3. Jenis transaksi apa yang paling sering anda gunakan melalui mobile bangking?

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking dikalangan generasi milenial di Kota Makassar

1. Apakah penggunaan mobile bangking mempengaruhi berbelanja anda?
2. Sejauh apa mobile bangking membantu anda dalam mengatur pengeluaran bulanan?
3. Apakah mobile bangking memberikan keuntungan dalam mengatur keuangan pribadi?

C. Dampak penggunaan mobile banking terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Makassar

1. Menurut anda apakah generasi melenial lebih cenderung menghabiskan uang mereka akibat kemudahan yang ditawarkan oleh mobile bangking?
2. Apakah anda merasa perlu adanya edukasi lebih lanjut mengenai penggunaan mobile bangking yang bijak?

Lampiran 2 Identitas Informan

IDENTITAS INFORMAN

No	Nama	Usia (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir
1	Nadya Syafira	20	P	SMA
2	Dewi Barapadang	21	P	SMA
3	Khairur Resky Amaliyah	21	P	SMA
4	Suaib	26	L	S1
5	Rahmadi	28	L	S1
6	Agus Salim Rusli	21	L	S1
7	Muh Hendi Taher	26	L	S1
8	Sulfiansyah	27	L	S1
9	Erika Sisilia Yusuf	21	P	SMA
10	Ainun Lestari	21	P	S1
11	Bambang Bambo	22	L	D3
12	La Ode Arif Kurniawan	31	L	S1
13	Rosniawati	28	P	S2
14	Eka Estianti	22	P	SMA
15	Pasha Tanatoa	18	L	SMA
16	Nur Anesa	18	P	SMA
17	Novi Yupiterius	21	P	SMA
18	Anggun	22	P	SMA
19	Nurul Hikmah Al Amin	25	P	S1
20	Yusuf Ramadan Faisal	28	L	S1

21	Nabila	21	P	SMA
22	Melina	22	P	SMA
23	Waldy Kamal	22	L	SMA
24	Ririn Almuqtadir	25	L	S1
25	Hesti Anggraeni	20	P	SMA
26	Sahril	18	L	SMA
27	Annisa Regina T	18	P	SMA
28	Citra Lestari	20	P	SMA
29	Fitriani	30	P	S1
30	Restu	30	L	S1



Lampiran 3 Persuratan

a) Surat Izin Penelitian Fakultas



b) Surat Izin Penelitian Provinsi Sulawesi Selatan



Lampiran 4 Hasil Plagiasi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Siska Tahir

Nim : 105711104321

Program Studi : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9%	10 %
2	Bab 2	16%	25 %
3	Bab 3	10%	10 %
4	Bab 4	0%	10 %
5	Bab 5	0%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 12 Juli 2025

Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Bab I Siska Tahir 105711104321



Submission date: 11-Jul-2025 12:59PM (UTC+0700)

Submission ID: 2713219759

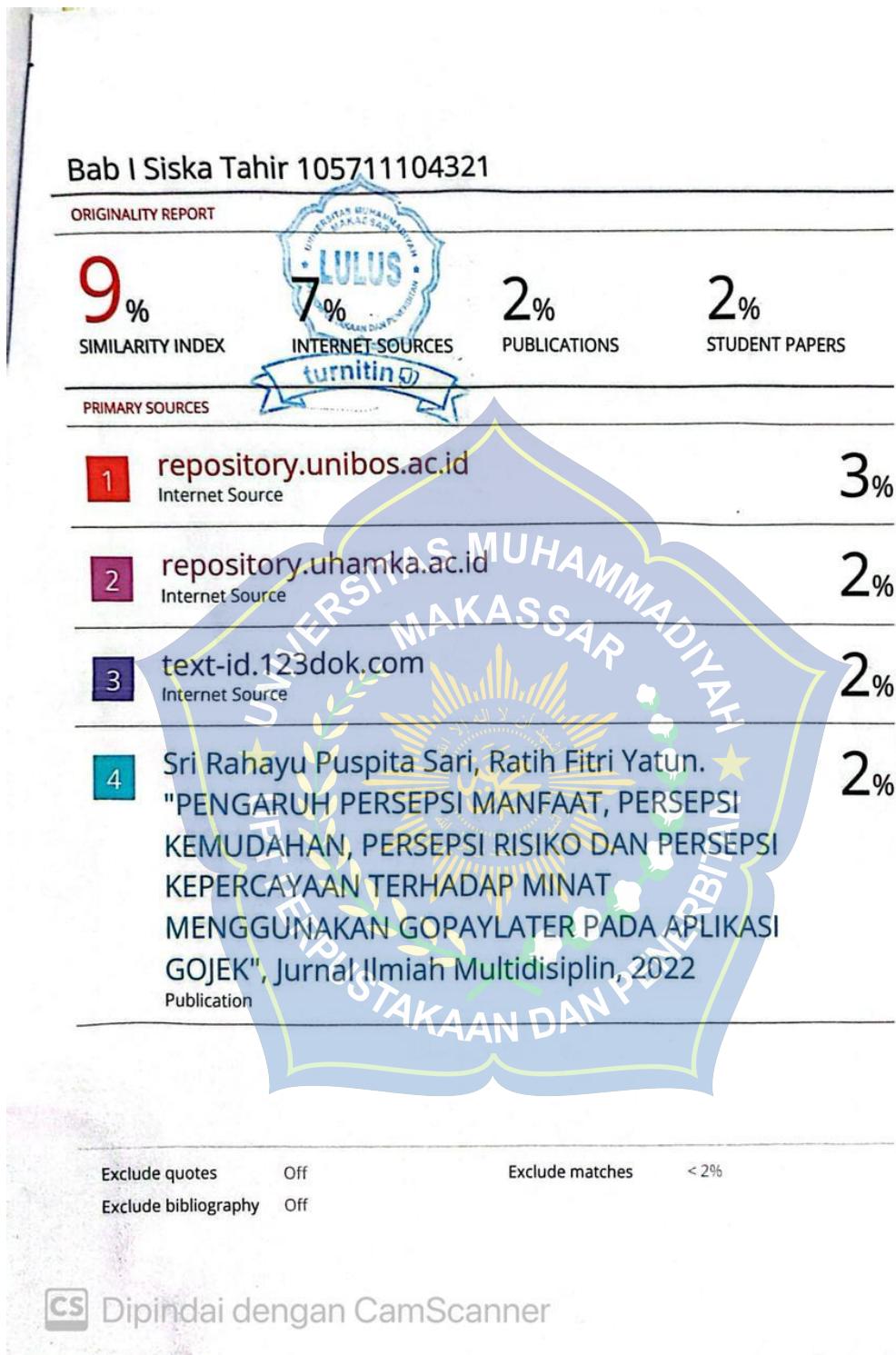
File name: Bab_1_-_2025-07-11T125907.786.docx (16.19K)

Word count: 826

Character count: 5596

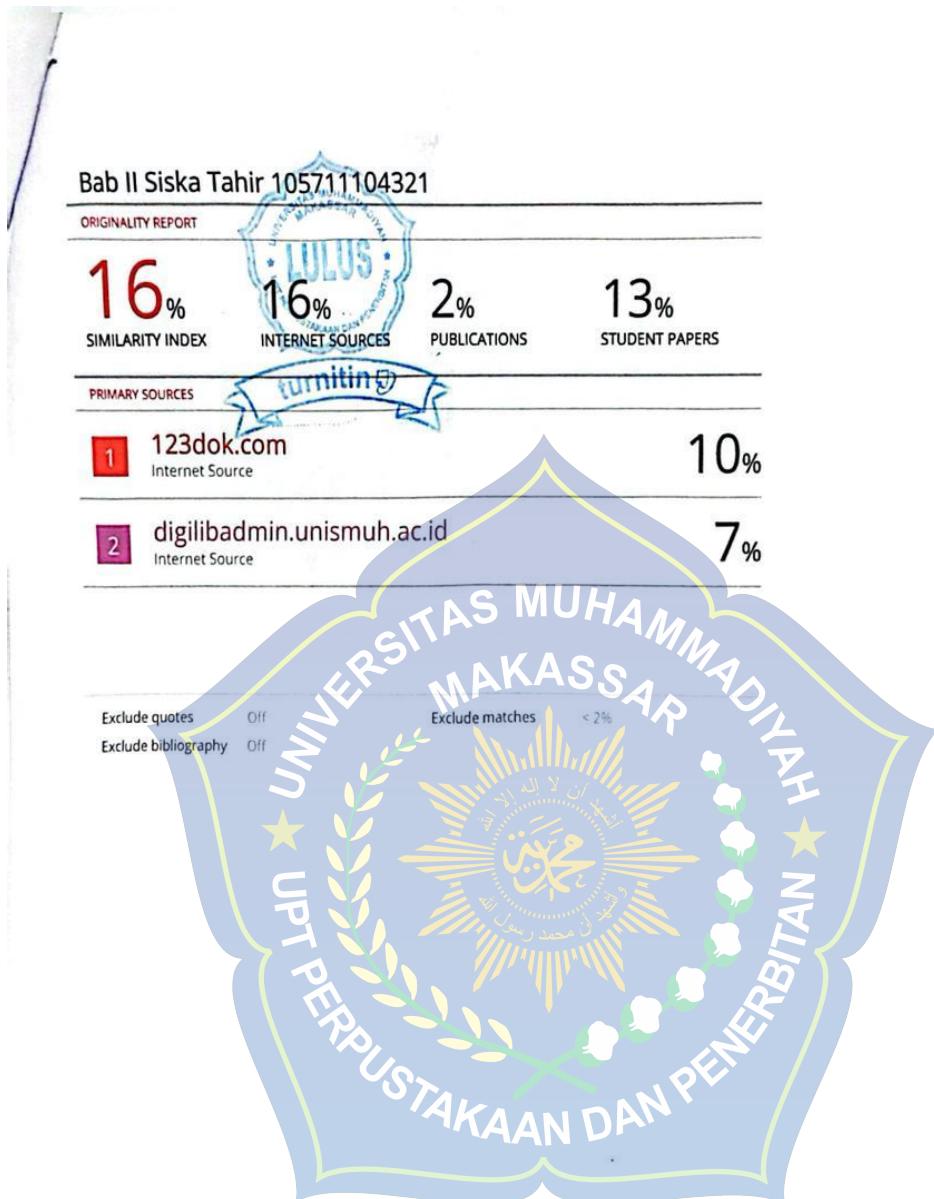


Dipindai dengan CamScanner





Dipindai dengan CamScanner



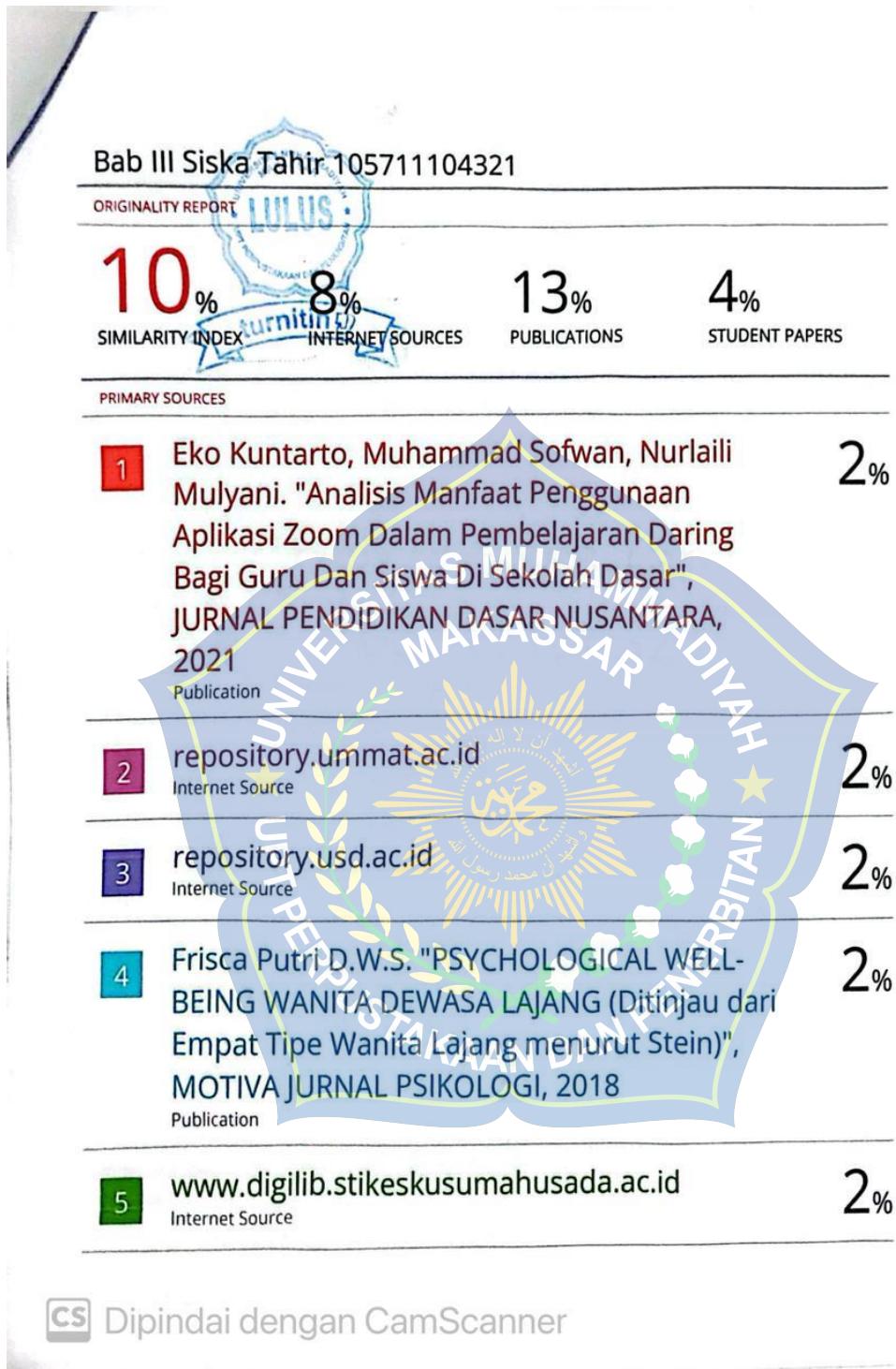
Dipindai dengan CamScanner



Submission date: 11-Jul-2025 01:00PM (UTC+0700)
Submission ID: 2713219901
File name: Bab_III_-_2025-07-11T125907.704.docx (15.71K)
Word count: 698
Character count: 4672



Dipindai dengan CamScanner

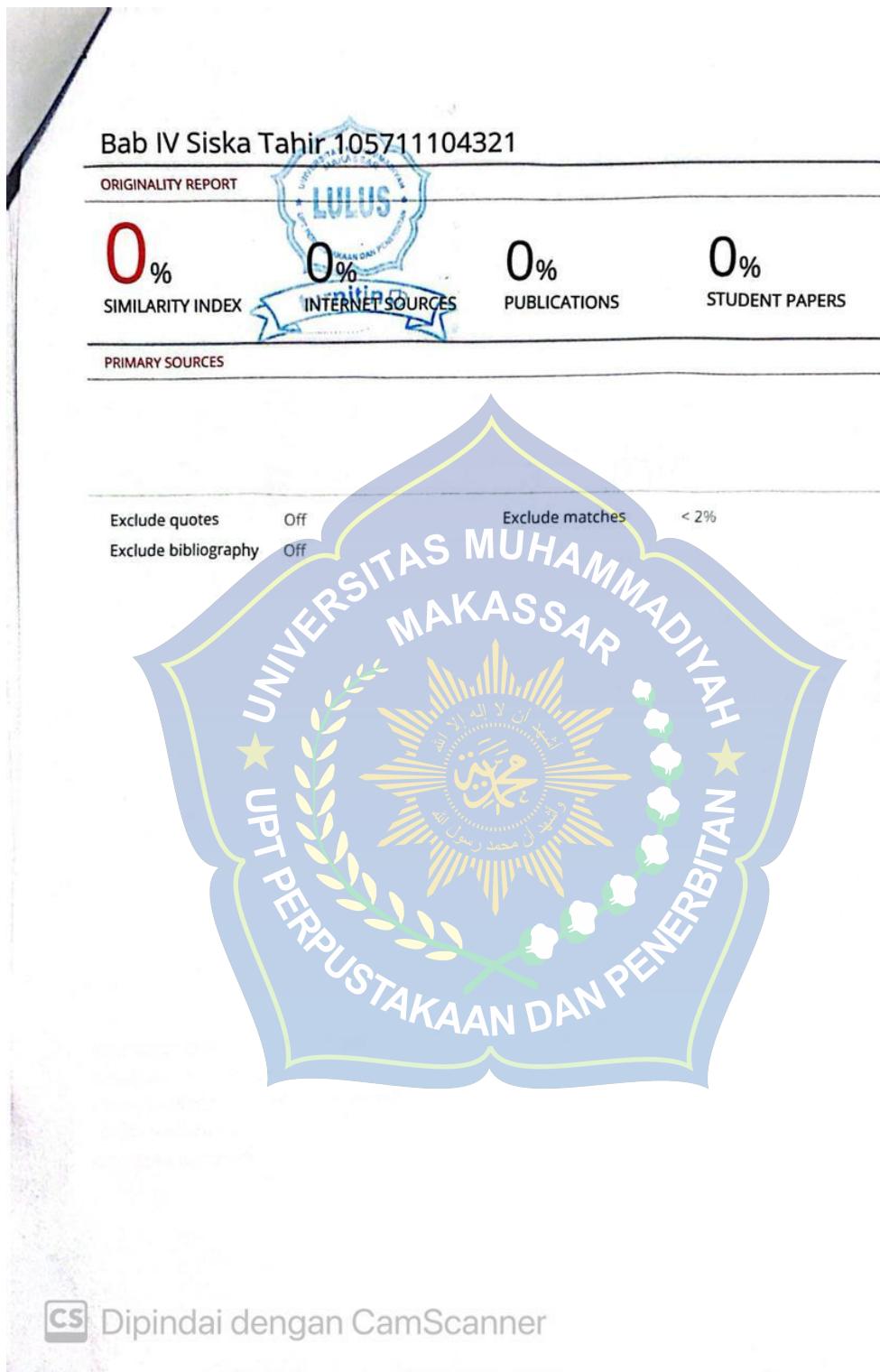




Submission date: 08-Jul-2025 03:42PM (UTC+0700)
Submission ID: 2711869299
File name: BAB_4_-2025-07-08T134216.425.docx (30.79K)
Word count: 6244
Character count: 41536



Dipindai dengan CamScanner





Submission date: 11-Jul-2025 01:01PM (UTC+0700)
Submission ID: 2713220115
File name: Bab_5_-_2025-07-11T125907.565.docx (13.72K)
Word count: 141
Character count: 946



Dipindai dengan CamScanner



BIOGRAFI PENULIS



SISKA TAHIR panggilan Siska lahir di Jeneponto pada tanggal 16 Februari 2004. Peneliti anak kedua dari dua bersaudara, putri dari pasangan suami istri Bapak Tahiruddin dan ibu Idawati. Saat ini, peneliti sekarang bertempat tinggal di Jipang Raya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDI 132 Cambalangkasa, MTSN 2 Jeneponto lulus tahun 2018, SMK Negeri 1 Jeneponto lulus tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Makassar.