

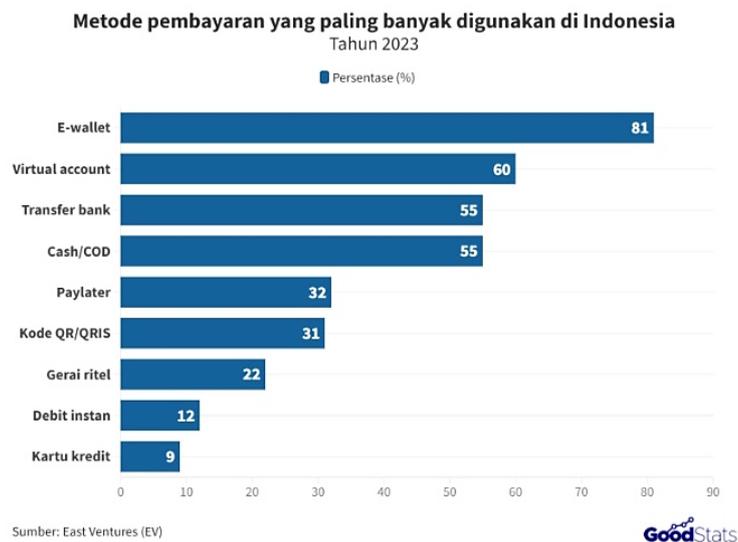
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital saat ini segala aktivitas masyarakat tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Pertumbuhan teknologi dan informasi telah memicu perubahan pesat di era digital yang menyediakan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan rutinitas mereka. Hampir semua bidang telah mengadopsi kemajuan teknologi untuk menghasilkan inovasi, termasuk bidang finansial. Adapun inovasi yang muncul dalam bidang finansial yaitu Teknologi Finansial atau FinTech. Rahadi (2020:14) menguraikan Teknologi Finansial merupakan pemanfaatan teknologi pada metode finansial demi menghasilkan barang, fasilitas, teknologi serta bentuk usaha baru yang mampu memengaruhi stabilitas moneter, stabilitas metode finansial dan efisiensi, kecepatan, kenyamanan serta kemahiran metode pembayaran.

Penggunaan uang elektronik untuk pembayaran digital semakin populer di Indonesia, sejalan dengan pertumbuhan bisnis teknologi finansial yang juga berkontribusi terhadap munculnya perusahaan-perusahaan *startup* di sektor keuangan digital. Semua transaksi pembelian tidak hanya menggunakan pembayaran secara tunai saja, namun pembayaran secara nontunai berbasis aplikasi seperti Dompot Digital atau *E-Wallet* telah dapat digunakan. *E-Wallet* memfasilitasi pengguna untuk menampung dana pada sebuah aplikasi serta menggunakannya selama pembayaran transaksi kepada pedagang secara langsung maupun tidak langsung.



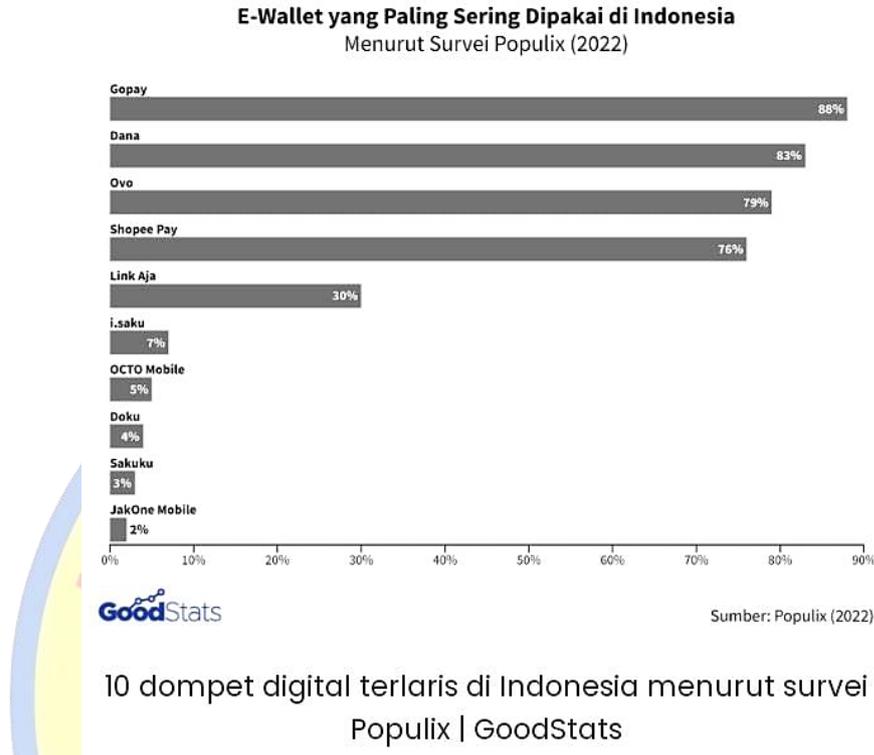
Metode pembayaran terpopuler di Indonesia 2022 |
Goodstats

Gambar 1.1 Sistem Pembayaran yang populer dipakai di Indonesia

Sumber: GoodStats dari East Ventures (2022)

Berdasarkan Data Persentase GoodStats yang dilansir dari laporan East Ventures (EV) diatas, Dompot Digital menjadi sistem pembayaran yang populer dipakai di Indonesia dengan persentase sebesar 81%. Menurut Populix tahun 2022, perkembangan penggunaan *E-Wallet* ini dipicu karena potensi ekonomi digital Indonesia sangat besar. Dengan penetrasi internet dan pertumbuhan informasi serta teknologi yang semakin luas, Indonesia telah menjadi pasar yang matang untuk layanan keuangan digital terutama karena mayoritas penduduknya belum memiliki akses ke layanan perbankan. Hal ini terbukti dengan kesuksesan Indonesia yang menjadi pemain utama dalam ranah digital di kawasan Asia Tenggara pada Tahun 2022. Selain itu, kegunaan *E-Wallet* yang nyaman dan praktis menjadi alasan lain masyarakat Indonesia banyak menggunakan *E-Wallet* dalam kegiatan transaksi sehari-harinya. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai secara langsung, tidak perlu menyimpan kembalian uang receh di setiap

transaksi karena pembayaran dapat dilaksanakan secara cepat melalui pemindaian QRIS.



Gambar 1.2 Aplikasi Dompet Digital yang kerap dipakai di Indonesia

Sumber: GoodStats dari Populix (2022)

Berdasarkan Data Persentase GoodStats yang dilansir dari Populix diatas, menunjukkan bahwa *E-Wallet* GoPay berhasil menduduki peringkat pertama dari penggunaan *E-Wallet* yang sering diakses pada tahun 2022 dengan persentase sebanyak 88%, disusul oleh aplikasi Dana sebanyak 83%, OVO sebanyak 79%, ShopeePay sebanyak 76% dan disusul oleh *E-Wallet* lainnya. Menurut survei yang dilakukan oleh Populix, berbagai alasan utama yang membuat masyarakat memilih untuk menggunakan *E-Wallet* adalah karena kepraktisan (81%), integrasi dengan perdagangan elektronik atau *E-Commerce* (80%), kemudahan penggunaan (79%), penawaran *cashback* (70%), efisien waktu (69%), integrasi dengan aplikasi pemesanan transportasi online atau *ride-hailing* (67%), kenyamanan

(59%), memiliki beragam fitur (55%), keamanan (41%) dan rekomendasi dari keluarga atau teman (17%). Dalam menggunakan *E-Wallet* masyarakat Indonesia menghabiskan dua sampai tiga kali seminggu untuk transaksi pembelian di layanan perdagangan elektronik, transaksi di aplikasi pemesanan transportasi online, isi ulang pulsa atau kuota, membayar tagihan antara lain listrik, air serta kartu kredit, pengiriman uang ke keluarga lainnya, transaksi untuk tujuan investasi, transaksi penginapan, makan, tiket bioskop, tiket tol dan berlangganan hiburan sesuai permintaan. Hampir seluruh kegiatan perekonomian sudah menggunakan uang elektronik sebagai sistem pembayaran.

Kemudahan dalam sistem pembayaran mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi terlebih lagi pada kelompok Generasi Z. KIC dan Zigi melakukan survei pada tahun 2021, ditemukan bahwa sebanyak 68% dari Generasi Z menggunakan *E-Wallet* sebagai sarana pembayaran. Menurut Hadion Wijoyo (2020:1), Generasi Z juga dikenal sebagai *iGeneration* atau Generasi Internet. Generasi Z terdiri dari remaja, pemuda, pelajar, mahasiswa, pekerja yang lahir pada Tahun 1995-2010 berumur 13-28 Tahun. Adapun jumlah penduduk Generasi Z di Kota Bandung yakni:



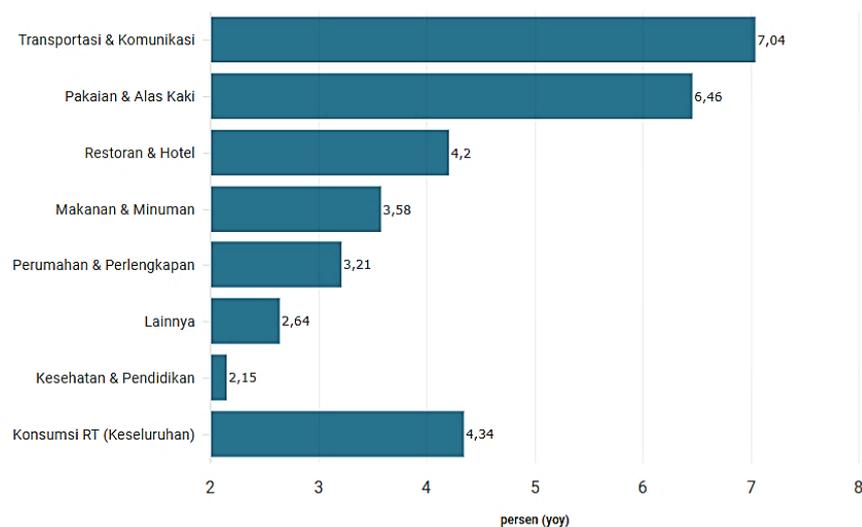
Gambar 1.3 Total Penduduk Generasi Z di Kota Bandung

Sumber: HUMAS Bandung dari data.bandung.go.id (2020)

Berdasarkan gambar diatas, terdapat 585.019 jiwa Generasi Z di Kota Bandung. Data tersebut menjadi data terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung yang belum diperbarui, namun BPS akan kembali melanjutkan sensus penduduk yang sempat tertunda tersebut.

Generasi Z memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi. Sejak kecil, mereka sudah terbiasa dengan teknologi serta sangat erat dengan perangkat canggih yang secara tidak langsung memengaruhi pembentukan jati diri mereka. Menurut survei Liputan6.com, Generasi Z menghabiskan waktu bersama ponselnya rata-rata 6 hingga 9 jam perhari. Selama pemakaian tersebut Generasi Z menggunakannya untuk menunjang aktivitas kerja, tugas perkuliahan, merekam dan mengedit video, mengakses hiburan seperti menonton film, bermain *game* dan media sosial. Selain untuk mengakses media sosial Generasi Z juga memakai *smartphone* mereka untuk bertransaksi digital. Meningkatnya penggunaan *E-Wallet* oleh Generasi Z dapat memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z.

Konsumsi adalah tindakan untuk mengurangi atau menggunakan barang dengan tujuan memenuhi kebutuhan serta memperoleh kepuasan secara langsung. Aktivitas mengonsumsi ini berfungsi untuk mencukupi keperluan harian manusia meliputi sandang, pangan, kendaraan, sewa perumahan, pendidikan, rekreasi, obat-obatan dan lain sebagainya. Berdasarkan data pertumbuhan konsumsi tahunan masyarakat Indonesia bahwa konsumsi rumah tangga masih menjadi penunjang utama kemajuan perekonomian di Indonesia pada Tahun 2022.

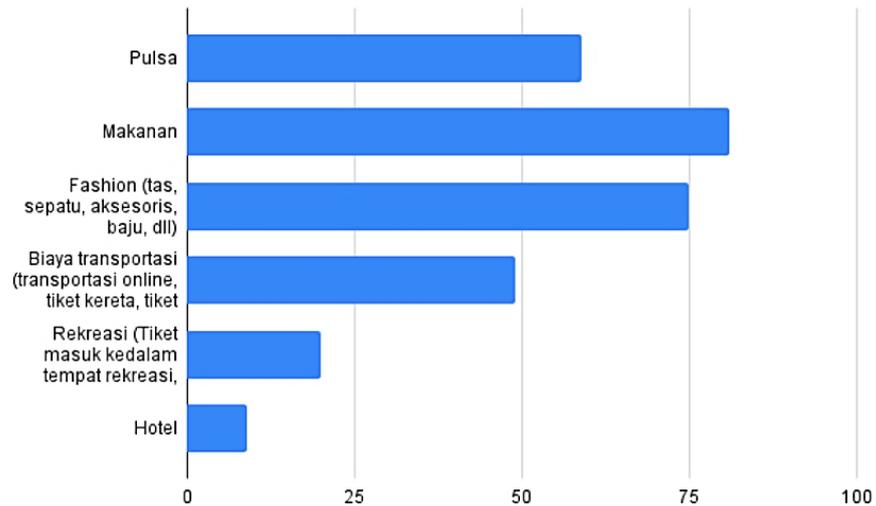


Gambar 1.4 Pertumbuhan Tahunan Konsumsi Rumah Tangga

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat pertumbuhan dalam konsumsi masyarakat sebanyak 4,34% dalam Kuartal I Tahun 2022 ketika membandingkan dengan Kuartal I Tahun sebelumnya (*yoy/year on year*). Tentu pencapaian itu lebih bagus dibandingkan Kuartal I Tahun 2021 yang masih menghadapi kontraksi sebanyak 2,21% (*yoy/year on year*), sekaligus lebih tinggi dibandingkan Kuartal I Tahun 2020 yang hanya berkembang sebanyak 2,83% (*yoy/year on year*). Konsumsi rumah tangga tersebut antara lain transportasi dan komunikasi tercatat kemajuan terbesar yaitu sebanyak 7,04% (*yoy/year on year*). Dilanjutkan oleh sub-komponen pakaian dan alas kaki, restoran dan hotel, makanan dan minuman, perumahan dan perlengkapan, sub-komponen lainnya serta terakhir kesehatan dan pendidikan.

Perilaku Konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. Menurut Anggasari dalam Yuniarti (2015:31), Perilaku Konsumtif merujuk pada pembelian barang tanpa pertimbangan yang matang dan cenderung berlebihan. Pola perilaku konsumtif ini mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, didorong oleh keinginan duniawi serta kesenangan semata.



Gambar 1.5 Diagram Jenis Barang yang Dikonsumsi oleh Generasi Z

Sumber: Jurnal Mourizka (2023)

Berdasarkan data diagram diatas, makanan merupakan jenis barang yang paling banyak dikonsumsi dengan menggunakan *E-Wallet*, diikuti oleh *fashion* sebagai peringkat kedua. Pada peringkat 3 terlihat bahwa pulsa juga menjadi salah satu jenis barang yang dikonsumsi dalam menggunakan *E-Wallet*, meskipun responden tidak menghabiskan setengah atau lebih dari dana mereka di *E-Wallet* untuk pembelian pulsa. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pulsa merupakan kebutuhan bulanan, bukan untuk di beli rutin setiap hari dengan harga yang terjangkau. Sebaliknya, responden cenderung menggunakan setengah atau lebih dari dana mereka dalam *E-Wallet* untuk biaya transportasi seperti tiket kereta, bus dan pembayaran rekreasi serta hotel (Mourizka 2023:48).

Jika melihat peringkat kedua teratas jenis barang yang dikonsumsi oleh Generasi Z adalah *Fashion*, itu membuktikan bahwa *Fashion* bukan saja dipakai guna memenuhi kebutuhan, tapi juga menjadi hasil dari keinginan dalam mengikuti *trend Fashion* terkini, sehingga dipandang memiliki gaya hidup yang lebih *trendy*. Hal tersebut membuat Generasi Z akan terdorong untuk tidak hanya membeli barang-barang yang diperlukan, tetapi juga untuk memperoleh barang

dan jasa yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan mereka, melainkan hanya untuk mencapai kepuasannya.

Untuk mengetahui lebih dalam dan memperkuat fenomena Perilaku Konsumtif yang terjadi, peneliti melaksanakan Pra Survei melalui Kuesioner yang disebarakan pada 20 Orang Generasi Z di Kota Bandung. Berikut pernyataan Pra Survei terkait fenomena Perilaku Konsumtif adalah sebagai berikut:

TABEL 1.1
KUESIONER PRA SURVEI PERILAKU KONSUMTIF

| No | Indikator | Pernyataan | Pilihan Jawaban | Jumlah | Persentase | |
|--|--|--|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang | Saya membeli produk sedang <i>trend</i> dan disukai banyak orang | SS | 2 | 10% | |
| | | | S | 8 | 40% | |
| | | | RG | 5 | 25% | |
| | | | TS | 4 | 20% | |
| | | | STS | 1 | 5% | |
| | | Total | | | 20 | 100% |
| | | Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan | SS | 2 | 10% | |
| | | | S | 10 | 50% | |
| | | | RG | 6 | 30% | |
| | | | TS | 1 | 5% | |
| | STS | | 1 | 5% | | |
| | Total | | | 20 | 100% | |
| | 2 | Mengonsumsi barang secara berlebihan | Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang <i>discount</i> | SS | 6 | 30% |
| | | | | S | 8 | 40% |
| RG | | | | 5 | 25% | |
| TS | | | | 0 | 0% | |
| STS | | | | 1 | 5% | |
| Total | | | 20 | 100% | | |
| Saya membeli sesuatu karena <i>cashback</i> yang menarik | | | SS | 8 | 40% | |
| | | | S | 8 | 40% | |
| | | | RG | 2 | 10% | |
| | | | TS | 1 | 5% | |
| | | STS | 1 | 5% | | |
| Total | | | 20 | 100% | | |

(Bersambung)

(Sambungan)

| | | | | | |
|--------------|---|--|-----------|-------------|-----|
| 3 | Mendahulukan keinginan daripada Kebutuhan | Saya mengeluarkan uang lebih besar demi produk yang saya sukai | SS | 11 | 55% |
| | | | S | 7 | 35% |
| | | | RG | 2 | 10% |
| | | | TS | 0 | 0% |
| | | | STS | 0 | 0% |
| Total | | | 20 | 100% | |
| 4 | Tidak ada skala prioritas | Saya berbelanja barang baru walaupun barang lama masih dapat dipakai | SS | 7 | 35% |
| | | | S | 8 | 40% |
| | | | RG | 3 | 15% |
| | | | TS | 2 | 10% |
| | | | STS | 0 | 0% |
| Total | | | 20 | 100% | |

Sumber: 20 Orang Generasi Z di Kota Bandung (2023)

Berdasarkan hasil sementara Pra Survei tabel diatas, dapat dianalisis antara lain:

1. Indikator tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang dengan pernyataan:
 - Responden membeli produk sedang *trend* dan disukai banyak orang sejumlah 8 responden (40%) mengatakan setuju
 - Responden memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan sejumlah 10 responden (50%) mengatakan setuju
2. Indikator Mengonsumsi barang secara berlebihan dengan pernyataan:
 - Responden melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang *discount* sejumlah 8 responden (40%) mengatakan setuju
 - Responden membeli sesuatu karena *cashback* yang menarik sejumlah 8 responden (40%) mengatakan sangat setuju dan 8 responden (40%) mengatakan setuju. Dapat ditarik simpulan bahwasannya responden membeli sesuatu karena *cashback* menarik dengan responden yang mengatakan sangat setuju sebanyak 40%.

3. Indikator mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dengan pernyataan responden mengeluarkan uang lebih besar demi produk yang disukai sejumlah 11 responden (55%) mengatakan sangat setuju
4. Indikator tidak ada skala prioritas dengan pernyataan responden berbelanja barang baru walaupun barang lama masih dapat dipakai sejumlah 8 responden (40%) mengatakan setuju.

Berdasarkan hasil sementara Pra Survei dengan beberapa pernyataan diatas, menunjukkan bahwa responden kuesioner tersebut yaitu Generasi Z di Kota Bandung memiliki tingkat Perilaku Konsumtif yang cukup tinggi dengan banyaknya jawaban yang menyatakan setuju maupun sangat setuju. Perilaku Konsumtif yang sering ditimbulkan yaitu mengeluarkan uang lebih besar demi produk yang disukai karena responden mengatakan sangat setuju sebanyak 55%, berarti responden mendahulukan keinginannya daripada kebutuhan. Itu menandakan bahwa konsumsi produk bukan saja bertujuan demi mencukupi keperluan dasar, tetapi sebagai sarana demi memuaskan keinginan. Perubahan makna dalam konsumsi barang ini menunjukkan adanya Perilaku Konsumtif yang muncul saat menggunakan *E-Wallet*.

Menurut riset penelitian mengenai Literasi Keuangan Generasi Z yang dilakukan oleh Pangestu dan Kanardi pada Tahun 2020 yang salah satu studi pendahuluannya terdapat preferensi penggunaan *E-Wallet*. Menjelaskan bahwa penggunaan *E-Wallet* dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada konsumen muda. Temuan ini memperlihatkan bahwasannya lebih dari setengah responden yakni 58,4%, merasa lebih konsumtif setelah menggunakan *E-Wallet*, sementara sisanya merasa mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Promosi yang menarik dari *E-Wallet* mendorong masyarakat menghabiskan uang untuk barang

atau jasa yang sebenarnya tidak diperlukan, padahal dana tersebut dapat digunakan untuk keperluan lain yang lebih penting.

Adapun hasil riset penelitian menurut Jati mengenai Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia pada *Less Cash Society* menunjukkan bahwa teknologi memainkan peran kunci dalam mendorong konsumsi yang lebih tinggi di kalangan kelas menengah Indonesia. Uang elektronik merupakan sebagian faktor yang menjadikan manusia lebih konsumtif. Tentunya teknologi memberikan kemudahan yang signifikan dalam mengakses barang-barang, sehingga menciptakan kecanduan untuk melakukan konsumsi. Selain itu, teknologi juga memungkinkan perilaku konsumsi dilakukan secara fleksibel. Maka dari itu, masyarakat akan mudah menerima hadirnya dompet digital dan menggunakannya sebagai pengganti dompet untuk berbelanja atau mengakses kebutuhan lainnya.

Kelebihan menggunakan *E-Wallet* dalam bertransaksi pun menjadi alasan lain munculnya Perilaku Konsumtif. Kelebihan-kelebihan *E-Wallet* tersebut antara lain praktis dan mudah digunakan, aman dan nyaman, efisiensi waktu, adanya *cashback* dan promo serta terdapat fitur-fitur yang mendukung untuk pembayaran apapun. Dengan kemudahan uang elektronik, pola pengeluaran dapat menjadi tidak seimbang dengan pendapatan dan ini dapat mengakibatkan kurangnya kewaspadaan serta kecenderungan untuk melakukan transaksi secara berlebihan. Hal ini menjadikan salah satu faktor ketertarikan penulis untuk menganalisis apakah penggunaan Dompet Digital menyebabkan Generasi Z menjadi lebih konsumtif seperti yang dijelaskan diatas.

Penelitian yang akan dilakukan juga selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Mujahidin dan Astuti tahun 2020, mengatakan bahwasannya

penggunaan *E-Wallet* memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Milenial. Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Andi Basru Wawo, Safaruddin dan Nurul Qalbi Tahun 2023 yang menyatakan bahwa Penggunaan *E-Wallet* sebagai Alat Transaksi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Pembeda penelitian terdahulu dengan yang diteliti oleh Penulis yaitu dalam segi waktu, tempat dan objek penelitian.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif. Adapun pentingnya penelitian ini yaitu kebutuhan untuk memahami dengan bijak bahwa penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) dapat disesuaikan dengan keperluan masing-masing individunya, supaya meminimalisir timbulnya Perilaku Konsumtif seperti membeli barang dan jasa secara berlebihan hanya untuk mencapai kepuasan semata. Dengan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) dan Perilaku Konsumtif dapat membantu Generasi Z di Kota Bandung agar mempertimbangkan pola pembelian mereka saat menggunakan Dompet Digital. Didasarkan pada uraian yang telah disampaikan, mendorong peneliti untuk melaksanakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Bandung**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan uraian yang sudah diuraikan dalam latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah pada penelitian ini antara lain:

- a. Bagaimana Penggunaan dan Keuntungan menggunakan Dompet Digital (*E-Wallet*) pada Generasi Z di Kota Bandung?

- b. Bagaimana Perilaku Konsumtif yang ditimbulkan dalam Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) pada Generasi Z di Kota Bandung?
- c. Seberapa Besar Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui bagaimana Penggunaan dan Keuntungan menggunakan Dompet Digital (*E-Wallet*) pada Generasi Z di Kota Bandung
- b. Untuk mengetahui bagaimana Perilaku Konsumtif yang ditimbulkan dalam Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) pada Generasi Z di Kota Bandung
- c. Untuk mengetahui berapa besar Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan yang berkaitan dengan *Financial Technology* khususnya mengenai Dompet Digital (*E-Wallet*) dan Perilaku Konsumtif. Demikian pula, diharapkan bahwa beberapa penemuan yang diungkapkan dalam penelitian ini bisa menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi Generasi Z di Kota Bandung untuk meminimalisir Perilaku Konsumtif ketika menggunakan Dompot Digital (*E-Wallet*).

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sub-bab ini menjelaskan sistematika penulisan hasil penelitian. Untuk penelitian dengan metode/pendekatan kuantitatif, sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari kajian teoretis, kajian nonteoretis, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada Generasi Z di Kota Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

TABEL 1.2
RINCIAN WAKTU PENELITIAN

| No | Aktivitas | Nov 23 | Des 23 | Jan 24 | Feb 24 | Mar 24 | Apr 24 | Mei 24 |
|----|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | Pengajuan Judul Penelitian | | | | | | | |
| 2 | Menyusun BAB I Pendahuluan | | | | | | | |
| 3 | Menyusun BAB II Tinjauan Pustaka | | | | | | | |
| 4 | Menyusun BAB III Metode Penelitian | | | | | | | |
| 5 | Pengajuan Sidang Usulan Penelitian | | | | | | | |
| 6 | Sidang Usulan Penelitian | | | | | | | |
| 7 | Revisi Usulan Penelitian | | | | | | | |
| 8 | Mengumpulkan Data Penelitian | | | | | | | |
| 9 | Pengolahan Data Penelitian | | | | | | | |
| 10 | Menyusun BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan | | | | | | | |
| 11 | Menyusun BAB V Penutup | | | | | | | |
| 12 | Bimbingan dan Revisi Skripsi | | | | | | | |
| 13 | Pengajuan Sidang Akhir | | | | | | | |
| 14 | Sidang Akhir | | | | | | | |