

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian dunia baik yang berlangsung di negara-negara maju maupun negara-negara berkembang tidak terlepas dari peranan uang. Dewasa ini, uang memiliki peranan yang penting dalam segala aspek-aspek ekonomi mulai dari kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Uang dianggap lebih memperlancar kegiatan perekonomian dan mempermudah langkah yang harus dilakukan seseorang untuk memperoleh barang maupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya<sup>2</sup>.

Kemajuan teknologi juga membawa perubahan pada masyarakat dan dunia usaha dalam memenuhi kebutuhannya akan metode pembayaran yang cepat, akurat, dan aman serta dalam memenuhi permintaan barang dan jasa. Tidak hanya pembayaran tunai yang masih diterima hingga saat ini, pembayaran uang elektronik juga semakin populer. Evolusi alat pembayaran terlihat jelas dalam sejarah dari bentuk awal logam, atau uang kertas tradisional, hingga kondisinya saat ini yang melibatkan evolusi data yang dapat disimpan dalam wadah atau disebut sebagai pembayaran elektronik<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Sudono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), Hal.33.

<sup>3</sup> Rif'ah Dwi Astuti Dkk, "Pengaruh Nilai Manfaat, Nilai Kemudahan, dan Risiko Terhadap Perilaku Menggunakan Uang Elektronik (*E-Money*) (Studi Kasus Pada Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Polines), Vol. 3 (2020), Hal. 194-195.

Saat ini penggunaan uang elektronik sudah meluas dan terlihat jelas di berbagai lapisan masyarakat. Hal ini juga merupakan bagian dari program Gerakan Nasional Non Tunai atau GNNT yang dijalankan oleh Bank Indonesia yang mendorong masyarakat untuk bertransaksi menggunakan metode pembayaran non tunai<sup>4</sup>.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, uang elektronik diartikan sebagai alat pembayaran yang terdiri dari beberapa komponen, antara lain nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu ke penerbit, dan nilai uang elektronik yang dikelola yaitu titipan yang dapat ditransfer untuk transfer dana atau transaksi pembayaran<sup>5</sup>.

Uang elektronik sudah digunakan sebagai alat pembayaran hampir di seluruh aktivitas perekonomian. Mulai dari belanja, penginapan, makan, tiket nonton, tiket tol, dan pengeluaran rumah tangga lainnya seperti telepon, air, dan listrik. Ketika kita ingin sedekah bahkan minimarket dan supermarket juga bisa memakai uang elektronik..

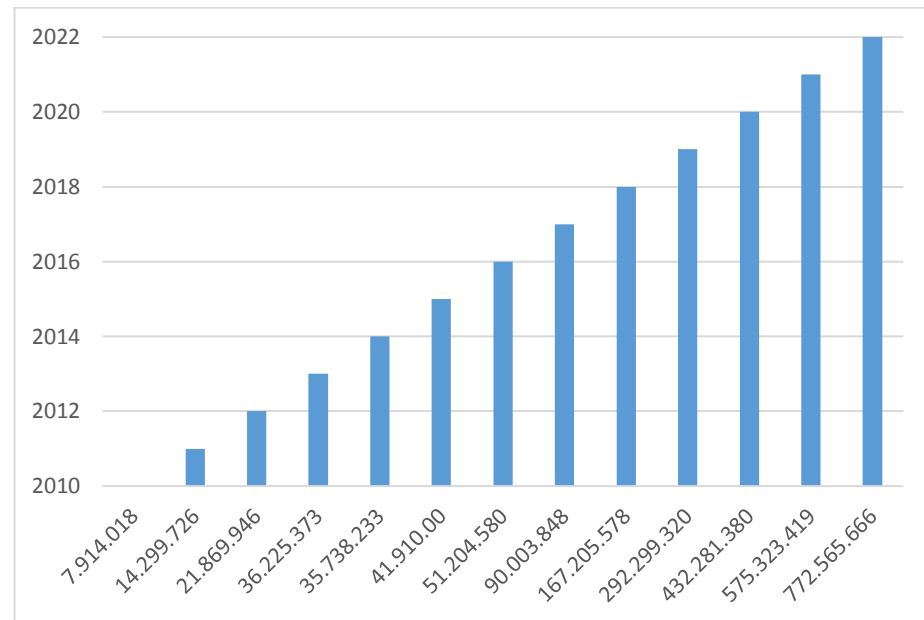
Sejak munculnya uang elektronik, rasio transaksi logam terhadap mata uang kertas terus berubah. Jumlah uang tunai, koin, dan uang kertas yang beredar berkurang ketika masyarakat menggunakan uang elektronik untuk bertransaksi. Jumlah uang elektronik yang digunakan

---

<sup>4</sup> Edo Rifqi Brilianto dan Fitri Arianti, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Daya Traik Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *E-Money* di Kota Semarang, *JEB*, Vol. 14 No. 3, November 2020, Hal. 143-144.

<sup>5</sup> Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, Hal. 3-4.

masih terus meningkat. Tercatat pada tahun 2022 mencapai 772.565.666 unit.



Sumber: Bank Indonesia, 2022

### Grafik 1.1 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar (2010-2022)

Karena separuh penduduk Indonesia belum menggunakan metode pembayaran nontunai, jumlah uang elektronik yang beredar diperkirakan akan meningkat setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan preferens masyarakat menggunakan uang elektronik akan terus meningkat.

Penerimaan masyarakat terhadap uang elektronik sebagai metode pembayaran tidak mungkin dipisahkan dengan penerimaan masyarakat terhadap teknologi yang menggerakkannya. Hal ini terkait dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) karya Fred Davis. Dalam TAM, Davis menemukan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan

teknologi. Penentu utama penerimaan penggunaan teknologi adalah dua faktor berikut yaitu kemudahan dan kemanfaatan. Kenyamanan penggunaan uang elektronik menjadi alasan utama mayoritas masyarakat menggunakannya, dan faktor penerimaan teknologi juga sejalan dengan hal tersebut. Davis juga menyebutkan empat karakteristik kemudahan yakni kemudahan penggunaan, fleksibilitas, pengendalian pekerjaan, dan kemudahan belajar<sup>6</sup>. Seiring dengan perkembangan uang elektronik muncul pula inovasi-inovasi baru yang menawarkan kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan dalam proses transaksi.

Dengan mudahnya bertransaksi menggunakan uang elektronik maka masyarakat akan semakin mudah dalam membelanjakan uangnya sehingga memberikan gaya hidup yang lebih efisien atau konsumtif. Barang konsumsi bukan lagi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, melainkan sebagai sarana untuk memuaskan keinginan. Pergeseran makna barang konsumen ini menunjukkan perilaku konsumen yang terjadi dalam penggunaan uang elektronik.

Keunggulan penggunaan uang elektronik inilah yang menarik perhatian masyarakat selain kemudahannya, pengguna juga merasakan langsung manfaatnya. Uang elektronik menawarkan transaksi yang lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai, terutama untuk

---

<sup>6</sup> Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, dan Fitur Pelayanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam menggunakan Internet Banking", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol.16, No.1 160-177, 2016, Hal. 164.

jumlah kecil karena pengguna tidak perlu menyimpan uang kembalian atau memberikan jumlah transaksi yang pasti dan tidak ada kesalahan yang dilakukan saat mengetahui berapa jumlah uang yang dihasilkan dalam transaksi uang elektronik. Selain itu, karena penggunaan uang elektronik tidak memerlukan proses otorisasi, tanda tangan, atau PIN online, dan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi jauh lebih sedikit dibandingkan menggunakan kartu debit atau kredit.

Kecenderungan konsumen untuk memaksimalkan kepuasan melalui konsumsi dikenal sebagai perilaku konsumen. di mana mereka dapat memberikan contoh bagaimana mencari, menggunakan, menilai, dan meningkatkan barang dan jasa mereka. Seorang muslim berkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupannya<sup>7</sup>. Manfaat ini diberikan dalam dua format yaitu nilai guna kardinal dan ordinal atau alternatifnya nilai guna yang tingkat kepuasannya dapat dihitung dan nilai guna yang tidak dapat dihitung. Selain itu, banyak faktor budaya, sosial, psikologis, dan individu mempengaruhi keputusan yang diambil konsumen untuk mengambil tindakan. Pemborosan dilarang oleh salah satu prinsip konsumsi islam yaitu prinsip kesederhanaan.

Perilaku konsumen adalah tindakan aktual seorang individu atau sekelompok individu misalnya suatu organisasi dalam memilih dan

---

<sup>7</sup> Aneke Nurdian Dwi Sari, Zaini Abdul Malik, Yayat Rahmat Hidayat, “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Perilaku Konsumen”, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah.

memanfaatkan barang atau jasa yang diinginkan di bawah pengaruh faktor internal dan eksternal. Studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, penggunaan, dan pembuangan produk, layanan, pengalaman, dan ide dikenal sebagai perilaku konsumen<sup>8</sup>.

Alasan penulis mengaitkan minat pengguna dengan kemudahan adalah karena perasaan mudah yang dialami oleh konsumen ketika menggunakan sebuah sarana maupun produk akan mendorong minat konsumen untuk menggunakan. Selain itu penulis juga memilih variabel kemanfaatan karena berdasarkan perilaku konsumen yang semakin bermanfaat suatu sarana, maka kecenderungan besar konsumen akan berminat untuk menggunakan suatu sarana tersebut. Alasan selanjutnya penulis mengambil variabel perilaku konsumen yaitu seiring dengan mobilitas hidup konsumen yang tinggi dan ditambah perkembangan pesatnya teknologi memberikan dampak pada perilaku konsumen yang menginginkan sesuatu sarana yang serba cepat, praktis dan simpel termasuk dalam hal bertransaksi.

Sektor ritel di Indonesia telah berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah toko, tempat kerja, pabrik, dan tempat komersial lainnya menunjukkan hal ini. Pasar merupakan salah satu media dalam industri ritel. Salah satu pasar tempat berbelanja yang

---

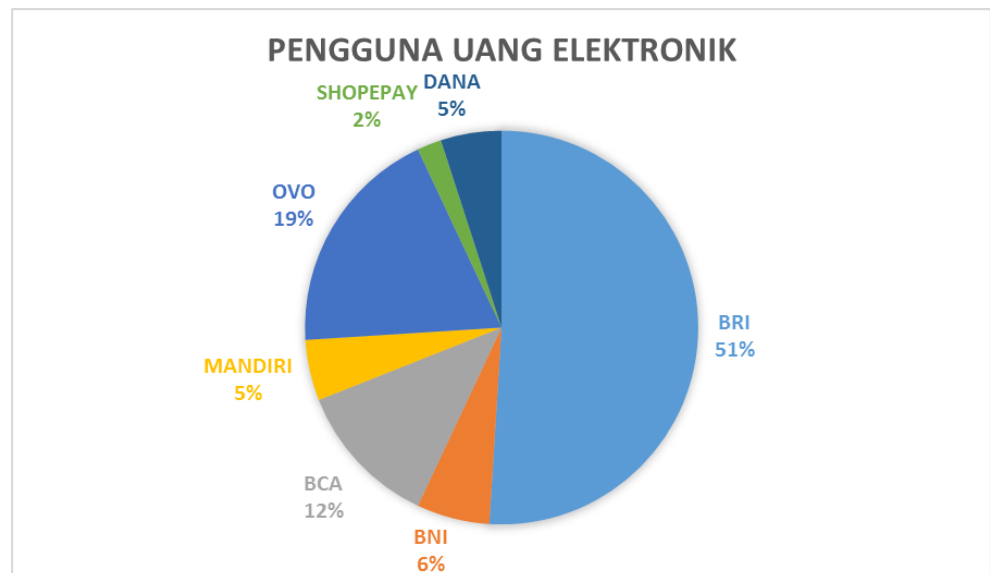
<sup>8</sup> Maria Kristina Situmorang, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan, *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* Vol. 4 No. 1, Maret 2021, Hal. 125.

berbasis modern yaitu minimarket yang telah banyak menjamur dimana-mana dan saat ini telah banyak menjamur ke pedesaan.

Di Kabupaten Blitar terdapat 22 kecamatan yaitu Kecamatan Bakung, Kecamatan Binangun, Kecamatan Doko, Kecamatan Gandusari, Kecamatan Garum, Kecamatan Kademangan, Kecamatan Kanigoro, Kecamatan Kesamben, Kecamatan Nglegok, Kecamatan Pangungrejo, Kecamatan Sanankulon, Kecamatan Selopuro, Kecamatan Selorejo, Kecamatan Srengat, Kecamatan Sutojayan, Kecamatan Talun, Kecamatan Udanawu, Kecamatan Sutojayan, Kecamatan Talun, Kecamatan Udanawu, Kecamatan Wates, Kecamatan Wlingi, Kecamatan Wonodadi, Kecamatan Wonotirto dan Kecamatan Ponggok. Keberadaan sungai brantas membagi wilayah Kabupaten Blitar menjadi 2 bagian yaitu bagian utara dan wilayah Kabupaten bagian selatan. Adapun bagian utara merupakan dataran rendah dan dataran tinggi dengan ketinggian antara 105-349 meter dari permukaan laut. Kabupaten Blitar bagian utara meliputi Kanigoro, Talun, Selopuro, Kesamben, Selorejo, Doko, Wlingi, Gandusari, Garum, Nglegok, Sanankulon, Ponggok, Srengat, Wonodadi, dan Udanawu. Sedangkan bagian selatan merupakan perpaduan antara dataran rendah dan dataran tinggi dengan ketinggian 150-420 meter dari permukaan laut. Adapun bagian selatan ini yaitu wilayah Bakung, Wonotirto, Pangungrejo, Wates, Binangun, Sutojayan, dan Kademangan.

Penulis memilih objek penelitian di Kabupaten Blitar bagian utara dengan alasan karena kecamatan yang ada di utara lebih banyak daripada kecamatan yang ada dibagian selatan. Kemudian dilihat dari 15 kecamatan bagian utara tersebut ada 7 kecamatan yang mempunyai minimarket/swalayan/minimarket kategori paling sedikit yaitu Kecamatan Doko, Kecamatan Selorejo, Kecamatan Udanawu, Kecamatan Wonodadi, Kecamatan Selopuro, Kecamatan Kesamben dan Kecamatan Ponggok. Maka penulis mengambil objek penelitian di Kecamatan Ponggok karena dari ketujuh kecamatan tersebut yang penduduknya terbanyak adalah di Kecamatan Ponggok.

Dengan adanya penduduk yang banyak pengguna uang elektronik di Kecamatan Ponggok juga banyak. Hal ini dibuktikan dengan data sebagai berikut



Sumber: Kuesioner Penelitian, 2023

**Grafik 1.2**

**Jumlah Pengguna Uang Elektronik di Kecamatan Ponggok**



Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa di Kecamatan Ponggok banyak yang menggunakan uang elektronik. Hal ini didukung dengan beberapa faktor keputusan penggunaan yakni kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan perilaku konsumen sendiri.

Alasan memilih Indomaret karena Indomaret merupakan salah satu retail terbesar yang memanfaatkan penggunaan uang elektronik mulai dengan Shoppepay, OVO, Linkaja dll.

Hal ini dikaji berdasarkan dengan hasil observasi pada salah satu masyarakat yang ada di Kecamatan Ponggok. Menyampaikan bahwa bayar transaksi belanja di Indomaret menggunakan uang elektronik berupa Shoppepay itu lebih mudah dan cepat. Selain itu, keuntungan lain yang didapat yakni adanya cashback. Ketika ada promo tertentu biasanya Shoppe memberikan cashback berupa koin Shopee<sup>9</sup>.

Namun juga tidak semua masyarakat bertransaksi menggunakan uang elektronik. Mereka masyarakat menengah kebawah lebih menggunakan uang cash saat bertransaksi. Mereka berpendapat bahwa ada banyak risiko dan kerugian dalam penggunaan uang elektronik. Oleh karena itu masyarakat lebih menyukai penggunaan uang tunai<sup>10</sup>.

Penulis tertarik untuk menulis judul berdasarkan uraian data yang telah dibahas sebelumnya yakni **”Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan**

---

<sup>9</sup> Rivadatul Munawaroh, Hasil Wawancara pada 8 Juni 2022 pukul 18.00 – 18.30.

<sup>10</sup> Rivadatul Munawaroh, Hasil Wawancara pada Tanggal 11 Juni 2023 pukul 09.00-10.00

**Uang Elektronik (Studi Konsumen Minimarket Indomaret Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar)”.**

**B. Identifikasi Masalah**

Masalah-masalah berikut dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah penulisan yang disarankan penulis:

1. Penggunaan uang elektronik setiap tahunnya meningkat.
2. Sebagian masyarakat masih kurang minat menggunakan uang elektronik.
3. Kesalahan persepsi masyarakat terhadap efektivitas dan kegunaan uang tunai dan uang elektronik menunjukkan betapa buruknya pandangan mereka terhadap uang elektronik.

**C. Rumusan Masalah**

Penulis mendefinisikan masalah penelitian sebagai berikut berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya:

1. Apakah kemudahan, kemanfaatan, dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik?
3. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik?
4. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik?

#### **D. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji kemudahan, kemanfaatan, dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik.
2. Untuk menguji kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik.
3. Untuk menguji kemanfaatan berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik.
4. Untuk menguji perilaku konsumen berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik.

#### **E. Kegunaan Penulisan**

1. Teoritis

Pada prinsipnya, temuan penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai kajian keilmuan di bidang Perbankan Syari'ah dan diharapkan berguna untuk memperluas ilmu pengetahuan tentang uang elektronik.

2. Manfaat Praktis

Di dunia nyata, penerapan berikut ini diharapkan dapat diterapkan pada temuan penelitian ini:

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi ilmiah yang diharapkan bermanfaat untuk dijadikan referensi

maupun penelitian lanjutan yang berkaitan dengan Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pengetahuan dan saran untuk mengurangi perilaku konsumen terkait penggunaan uang elektronik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai sumber bagi peneliti selanjutnya yang mendalami topik bagaimana kemudahan, kemanfaatan dan perilaku konsumen mempengaruhi penggunaan uang elektronik.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penulisan**

Berdasarkan kajian menyeluruh tentang bagaimana kemudahan, kemanfaatan dan perilaku konsumen mempengaruhi penggunaan uang elektronik, peneliti memfokuskan agar pembahasan dapat dipahami:

1. Dalam pembahasan ini dibatasi pada konsumen pengguna uang elektronik di minimarket Indomaret Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar.
2. Penelitian difokuskan kepada kemudahan, kemanfaatan, dan perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan uang elektronik bagi konsumen.

3. Penelitian ini hanya melihat pengaruh penggunaan uang elektronik bagi konsumen di minimarket Indomaret yang meliputi kemudahan, kemanfaatan, dan perilaku konsumen.

## G. Penegasan Istilah

Selanjutnya untuk mnghindari terjadinya kesalahpahaman alam menginterpretasi istilah-istilah dalam penelitian ini serta memahami pokok uraian, maka penulis mengemukakan pengertian dari judul “Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik”.

### 1. Definisi Konseptual

- a. Kemudahan adalah ketika seorang konsumen yakin bahwa pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan seseorang daam melakukan transaksi oline dibanding dengan berbelanja secara konvensional<sup>11</sup>.
- b. Kemanfaatan sistem informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pengguna, adopsi, dan penerimaan.<sup>12</sup>
- c. Perilaku konsumen mengacu pada serangkaian perilaku aktual yang ditunjukkan oleh individu (konsumen) di bawah pengaruh faktor internal dan eksternal saat mereka mengevaluasi,

---

<sup>11</sup> Bunga Windy Antika dan Anik Lestari Andjarwati, “Pengaruh Kemudahan *Emotional Factor* Terhadap *Word Of Mouth* Dengn Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Olx Di Surabaya)”, *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 4 No. 3, (2016), Hal. 4

<sup>12</sup> Habib Hanafi, dkk., “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan *Website UB Terhadap Sikap Pengguna dengan Pendekatan TAM*”, Artikel diakses pada tanggal 12 Juni 2022 dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>.

memilih, memperoleh, dan memanfaatkan barang dan jasa yang mereka inginkan<sup>13</sup>.

- d. Proses mengintegrasikan pengetahuan untuk menilai berbagai perilaku dan memilih salah satu perilaku dikenal sebagai "keputusan penggunaan"<sup>14</sup>.

## 2. Definisi Operasional

### a. Kemudahan

Indikator kemudahan terdiri dari empat faktor, diantaranya:

- 1) Mudah untuk dipelajari
- 2) Mudah digunakan
- 3) Jelas dan mudah dimengerti
- 4) Menjadi terampil<sup>15</sup>

### b. Kemanfaatan

Indikator kemanfaatan ada empat faktor, diantaranya:

- 1) Meningkatkan kinerja
- 2) Meningkatkan produktivitas
- 3) Efektivitas
- 4) Kebermanfaat<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Totok Subianto, "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ekonomi Modernisasi* Vol. 3 No. 3, Oktober 2007, Hal. 168

<sup>14</sup> Fitriani Latief dan Dirwan, "Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, Vol. 3 No. 1, April 2022. Hal. 19.

<sup>15</sup> Hartoyo Jogiyanto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2017), Hal. 112

<sup>16</sup> Cahyo Hasanudin, *Media Pembelajaran: Kajian Teoritis dan Kebermanfaatan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2017), Hal. 198

c. Perilaku konsumen

Indikator perilaku konsumen ada tiga, diantaranya:

1. *Cognitive component*
2. *Affective component*
3. *Konatifn component*<sup>17</sup>

d. Keputusan penggunaan

Indikator keputusan penggunaan ada lima faktor, diantaranya:

1. Pilihan produk
2. Pilihan merk
3. saat pembelian dilakukan
4. Jumlah pembelian
5. Metode pembayaran<sup>18</sup>.

## H. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

1. Bagian awal

Bagian ini memuat tentang halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata

---

<sup>17</sup> Philip Koler, and Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2016), Hal. 65

<sup>18</sup> Ibid., Hal, 125

pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman abstrak.

## 2. Bagian utama

Bagian ini terdiri dari enam bab yang meliputi:

### BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari: a) Latar belakang masalah, b) identifikasi masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) kegunaan penelitian, f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, g) penegasan istilah, dan h) sistematika skripsi.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Terdiri dari: a) Teori yang membahas variabel / sub variabel pertama, b) Teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, c) dan seterusnya jika ada, d) kajian penelitian terdahulu, e) kerangka konseptual, dan f) hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Terdiri dari: a) Pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi, sampling dan sampel penelitian, c) sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan e) analisis data.



**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Terdiri dari: a) Hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis), b) temuan penelitian.

**BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

**BAB VI : PENUTUP**

Terdiri dari: a) Kesimpulan, b) saran

**3. Bagian Akhir**

Bagian ini terdiri dari: a) Daftar rujukan, b) lampiran–  
lampiran, c) surat pernyataan keaslian skripsi, d) daftar riwayat  
hidup