

## Analisis Penerapan Konsumen Cerdas Dalam Industri *Peer To Peer Lending* di Indonesia Sebagai Wujud Upaya Preventif

Agra Nurulhuda Ali<sup>1</sup>, Nur Mohammad Kasim<sup>2</sup>, Sri Nanang Kamba<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Gorontalo

Email: [agranurulhudaali@gmail.com](mailto:agranurulhudaali@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan yang terjadi pada sektor jual-beli maupun jasa semakin meingkat di Indonesia. Terutama dalam sektor *Peer To Peer Lending* yang semakin modern yang mengharuskan konsumen menjadi cerdas dalam menyikapi dan memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Rumusan masalah dalam tulisan ini mengangkat bagaimana analisis terhadap konsumen cerdas sebagai wujud preventif dalam menghadapi industri *peer to peer lending* di Indonesia. Bagaimana upaya mencerdaskan konsumen sebagai wujud preventif dalam menyikapi industri *peer to peer lending* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan Normatif yang beracuan pada bahan primer dan sekunder melalui Undang-Undang dan Peraturan yang sudah ada. Menjadi konsumen cerdas sangatlah penting mengingat aktifitas jual-beli ataupun jasa sudah menjadi suatu kebutuhan di masyarakat. Dengan hasil yang diperoleh. Tujuan dari konsumen cerdas sebagai upaya preventif adalah untuk membuat kosumen lebih cerdas dan selektif dalam melakukan transaksi jual-beli ataupun jasa, agar terhindar dari kejadian yang dapat merugikan konsumen secara langsung.

**Kata Kunci** : Konsumen Cerdas, *Peer To Peer Lending*, Upaya Preventif

### Abstrak

In Indonesia, growth is being seen in both the buying and selling as well as service sectors. Peer To Peer Lending particularly in the increasingly current day that calls for consumers to be astute in their responses and selection of the product or service to be used. This paper's articulation of the issue highlights how smart consumer analysis can be used as a form of preventive in dealing with Indonesia's peer-to-peer lending business. How is the industry of peer-to-peer lending in Indonesia being addressed in terms of efforts to educate consumers as a means of prevention. This study employs a normative methodology that makes use of primary and secondary sources via current laws and regulations. Being a wise customer is crucial given that purchasing and selling goods and services has turned into a.

**Keywords**: Smart Consumers, Peer To Peer Lending, Preventive Efforts

### PENDAHULUAN

Perkembangan pelayanan jasa perbankan yang dilakukan melalui internet semakin berkembang seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi yang semakin cepat. Faktor inovasi produk dan perkembangan teknologi sudah merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan perkembangan industri perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga menjadi lebih cepat, bagus dan efisien. Salah satu contoh perkembangan perbankan yang memudahkan nasabah adalah dengan adanya fasilitas pembiayaan teknologi, fasilitas pembiayaan yang dibutuhkan oleh para pencari dana menjadi lebih mudah dengan dukungan teknologi. Masyarakat dimudahkan karena didukung oleh

kemajuan teknologi dan fasilitas elektronik. (Yolanda Pusyita, 2020: 1)

Pada abad ke-20 ini, perkembangan dunia teknologi dirasa semakin pesat sehingga turut mengubah kehidupan menjadi serba digital. Perkembangan teknologi berdampak pada perubahan di berbagai bidang seperti perdagangan, jasa, dan sektor *finansial*. Hal ini membuat siklus bisnis yang terjadi pada setiap sektor menjadi lebih mudah dan efisien. Dengan perkembangan teknologi, memunculkan adanya inovasi salah satunya pada sektor *finansial*, yang dikenal dengan istilah *financial technology (fintech)*. (Sri Wahyuningsih, 2019:2)

*Fintech* berasal dari istilah *Financial Technology* atau teknologi *finansial*. Menurut *The National Digital Research Centre (NDRC)*, di Dublin, Irlandia, mendefinisikan *Fintech* sebagai “*innovation in financial services*” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Definisi *Fintech* menurut *Fintech Weekly*, *Fintech* adalah lini bisnis berdasarkan penggunaan perangkat lunak untuk menyediakan layanan keuangan. Perusahaan-perusahaan teknologi keuangan pada umumnya adalah perusahaan rintisan yang didirikan dengan tujuan mengganggu sistem keuangan yang sedang berjalan dan perusahaan-perusahaan yang kurang mengandalkan perangkat lunak. Menurut *International Organization of Securities Commission (IOSCO)* istilah *Fintech* digunakan untuk menggambarkan berbagai model bisnis yang inovatif dan teknologi yang muncul yang memiliki potensi untuk mengubah industri jasa keuangan. (Windy Sonya, 2020: 152)

Pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai badan yang berwenang mengatur *financial technology* sesuai dengan kategorinya, telah mengeluarkan peraturan teknis dalam regulasi terkait *financial technology*, diantaranya yakni Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi dan Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. (Yolanda Pusyita, 2020: 2)

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, berbunyi sebagai berikut: (Yolanda Pusyita, 2020: 2)

“Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran”.

Dalam Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial ini memberikan panduan dalam pelaksanaan bisnis *financial technology* berbasis usaha pinjam-meminjam, yakni *Peer To Peer Lending*, seperti pengaturan terkait kegiatan usaha, pendaftaran perizinan, mitigasi risiko, pelaporan, dan tata kelola sistem teknologi informasi. Topik dari penelitian ilmiah ini akan berfokus pada salah satu produk dari *Financial Technology*, yakni *Peer To Peer Lending* atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi. *Peer To Peer Lending* atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. (Yolanda Pusyita, 2020: 2)

Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yang selanjutnya disebut POJK *Peer To Peer Lending* untuk mengatur dan mengawasi perkembangan *Peer To Peer Lending*. Namun pada pelaksanaannya, banyak ditemukan kasus gagal bayar akibat Penerima Pinjaman tidak mampu mengembalikan pinjamannya sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati dalam perjanjian. Hal ini pada akhirnya menimbulkan masalah baru terkait cara-cara penagihan yang tidak patut yang dilakukan oleh Penyelenggara *Peer To Peer Lending*. Pada Mei 283 orang yang melaporkan tindak pelanggaran hukum yang dilakukan oleh Penyelenggara seperti

penindasan dalam proses penagihan hingga penyebaran data pribadi. (Windy Sonya, 2020: 154)

Isu terhangat dari bisnis *Financial Technology (FinTech)* salah satunya merupakan isu Rupiah Plus. Rupiah Plus merupakan *platform* kredit tanpa jaminan yang diluncurkan oleh PT Digital *Synergy Technology*, yang telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai salah satu penyelenggara layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi atau dikenal dengan sebutan *Peer To Peer Lending*. Pada intinya, Rupiah Plus melakukan penagihan secara acak ke nomor telepon yang ada di telepon genggam nasabahnya. Kejadian ini ramai diperbincangkan di media sosial seperti *Twitter* hingga pada akhirnya terdengar oleh khalayak ramai dan akhirnya ditindak oleh Otoritas Jasa Keuangan. Sebagai salah satu *platform* dari bisnis *Peer To Peer Lending*, Tindakan penagihan yang dilakukan oleh Rupiah Plus dengan mengakses data pribadi peminjam memicu untuk mengkaji tentang bagaimana sistem dan seluk-beluk dari *Peer To Peer Lending* itu sendiri. (Darman, 2019: 131)

Ada pun kasus yang melibatkan pinjaman online ilegal yaitu Indo Cash, aplikasi online ini diduga telah melakukan perbuatan melawan hukum seperti yang tertera dalam pasal 310 KUHP tentang pencemaran nama baik. Salah satu korbannya adalah warga Jalan Mallengkeri, Kota Makassar yakni seorang wanita muda berinisial SH berusia 27 tahun. Pihak Indo Cash menyebar foto dan namanya di media sosial *WhatsApp* dengan alasan belum melunasi pembayaran utang yang sudah jatuh tempo. Dalam unggahannya dikatakan bahwa SH sebagai maling, penipu atau mafia pinjaman online. Selain itu pinjaman online tersebut belum menghubungi langsung konsumen dan malah melakukan perbuatan yang mencemarkan nama baik konsumen. (Andi Dedhy, 2021)

Dilihat dari permasalahan yang terjadi pada industri *Peer To Peer Lending* membuktikan bahwa konsumen harus cerdas dalam menyikapi segala kondisi yang dapat terjadi akibat kelalaian konsumen atau pun tindakan pelaku usaha. Sebagai tindakan preventif dalam menghindari kondisi yang dapat merugikan konsumen. Konsemen cerdas adalah konsumen yang dapat mengetahui hak dan kewajibannya dalam melakukan transaksi jual-beli atau pun pengguna layanan jasa. Hak dan kewajiban konsumen telah di atur dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Sebagai suatu kebiasaan melakukan transaksi jual- beli dan mengguna layanan jasa. Sangatlah penting menjadi konsumen cerdas karena dengan hanya menjadi konsumen cerdas akan membuat pelaku usaha terus terdorong untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Perusahaan yang abai terhadap kualitas produk dan layanannya tidak akan pernah bisa bertahan lama, sesaat mereka mungkin mendapatkan untung, setelah itu mereka akan tutup karena ditinggalkan oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah di jelaskan sebelumnya, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut yakni: bagaimana analisis terhadap konsumen cerdas sebagai wujud preventif dalam menghadapi industri *peer to peer lending* di indonesia? bagaimana upaya mencerdaskan konsumen sebagai wujud preventif dalam menyikapi industri *peer to peer lending* di indonesia ?

Dengan adanya sosialisasi terkait konsumen cerdas dari pemerintah, penulis ingin menindaklanjuti dan mengkaji lebih dalam tentang bagaimana konsumen cerdas yang seharusnya. Adapun judul yang diambil dalam penelitian ini adalah Analisis Penerapan Konsumen Cerdas Dalam Industri *Peer To Peer Lending* Di Indonesia Sebagai Wujud Upaya Preventif. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana seharusnya konsumen bertindak untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan dari pelaku usaha.

## 1. Analisis Terhadap Konsumen Cerdas Sebagai Wujud Preventif Dalam Menghadapi Industri *Peer To Peer Lending* Di Indonesia

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan “konsumen” sebagai pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan, dan pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya). Warde mencatat secara sosiologis konsumen berdasarkan jenis barang/jasa yang dikonsumsinya merefleksikan kelas sosialnya dalam masyarakat. (Apriyanti Wolandari, 2018: 47)

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer*, secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan dan sebagainya. Konsumen dapat dibedakan menjadi tiga batasan yaitu: (Ati Yuniati, 2020: 3)

1. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
2. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
3. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Konsumen Cerdas merupakan komitmen perilaku konsumsi dalam memahami hak dan kewajiban yang baik sebagai konsumen. Konsumen perlu mengetahui bahwa mereka memiliki hak dan kewajiban yang dilindungi oleh Undang-Undang dan juga mengetahui akses ke lembaga perlindungan konsumen untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan pengetahuan ini, dalam tatanan masyarakat akan tercipta konsumen cerdas dengan kesadaran yang tinggi dalam melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya. (Riska Novitasari, 2020: 369)

Konsumen dianggap cerdas, bila melibatkan berbagai pertimbangan, seperti implikasi politik etika dalam memproduksi, kepuasan dari konsumsi, hak asasi manusia, lingkungan, sumber daya langka, kesejahteraan hewan, atau pertimbangan lainnya. Banyak pertimbangan tadi menyebabkan tidak mudah untuk menjadi seorang konsumen cerdas. Tidak sekedar memikirkan kebutuhan, tetapi juga dampak yang diakibatkan terhadap orang lain atau lingkungan sekitar terhadap pemenuhan kebutuhan yang dilakukan. Sama halnya sikap dan keyakinan tentang uang membentuk perilaku keuangan, sikap dan keyakinan dalam mengajar akan meyakini apa yang sebenarnya dilakukan oleh pendidik melalui praktik mengajar mereka. Keberhasilan pembelajaran literasi keuangan sangat bergantung pada peran pendidik dalam menyampaikan muatan literasi keuangan melalui pembelajaran multi keaksaraan. Sehingga sebelum menyampaikan muatan literasi keuangan, pendidik terlebih dahulu memiliki pengetahuan dan perilaku keuangan yang baik. (Apriyanti Wolandari, 2018: 56)

Maraknya peredaran barang atau jasa membuat masyarakat terkadang tertipu untuk memilih sesuatu apa yang di lihat dan di butuhnya. Untuk menghindari diri dari hal-hal yang tidak diinginkan hendaknya konsumen harus cerdas dalam memilih. Tujuan dari konsumen cerdas yakni diharapkan ditingkatkan pemahaman konsumen tentang hak dan kewajibannya. Tersosialisasinya kiat konsumen cerdas dan pesan konsumen cerdas sebagai tanggung jawab sosial konsumen, dapat mendorong tumbuh kembangnya komunitas konsumen cerdas dan menjadi motivator konsumen dilingkungannya sehingga diharapkan dapat terbebas dari akses negatif mengkonsumsi barang/jasa yang tidak sesuai dengan Kesehatan, keamanan, keselamatan dan Lingkungan Hidup.

Selain itu, konsumen cerdas harus bisa mengetahui segala informasi lebih lanjut terhadap produk yang akan dijadikan objek perjanjian. Konsumen berhak mendapat informasi industry *Peer To Peer Lending* yang di datangnya apakah illegal atau telah terdaftar secara legal di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dapat di akses pada situs resmi OJK. Tindakan ini adalah salah satu wujud preventif sebagai konsumen cerdas dalam menghadapi Industri *Peer To Peer Lending* di Indonesia.

## **2. Upaya Mencerdaskan Konsumen Sebagai Wujud Preventif Dalam Menyikapi Industri *Peer To Peer Lending* Di Indonesia**

Menjadi konsumen cerdas adalah salah satu upaya preventif. Secara umum preventif adalah tindakan pencegahan suatu hal negatif agar hal buruk tersebut tidak terjadi. Sedangkan dalam perspektif pengendalian sosial, preventif adalah tindakan untuk mencegah pelanggaran sosial. Tindakan preventif sangat penting karena bisa menghindarkan konsumen dari akibat buruk yang dapat merugikan konsumen. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, preventif adalah sifat mencegah supaya tidak akan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. (Debora Danisa, 2022) Terkhusus dalam Industri *Peer To Peer Lending* konsumen harus bisa mendapatkan informasi terkait produk jasa yang akan di perjanjikan agar tidak dapat merugikan konsumen secara langsung.

Berdasarkan data yang didapat dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tahun 2019 terdapat lima pengaduan yang paling banyak dikeluhkan oleh konsumen, sektor jasa keuangan yang mendominasi dengan porsi sebesar 46,9%, sektor perumahan sebesar 14,4%, e-commerce sebesar 6,3%, listrik sebesar 4,2%, dan telekomunikasi sebesar 4,1% (YLKI 2019). Selanjutnya, selama bulan Januari–Juli 2020 pengaduan yang masuk ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencapai 1040 kasus, mencakup perumahan sebanyak (458), keuangan sebanyak (153), telekomunikasi sebanyak (50), e-commerce sebanyak (224), transportasi sebanyak (36), elektronik, telematika dan kendaraan bermotor sebanyak (16), listrik dan gas rumah tangga sebanyak (17), obat dan makanan sebanyak (3), layanan kesehatan sebanyak (4), dan lain-lain sebanyak (79) (BPKN 2020). Konsumen yang melakukan complain terhadap pelaku usaha dengan hasil tidak tercapai kesepakatan, maka konsumen dapat melakukan pengaduan ke lembaga pengaduan konsumen, namun berdasarkan hasil survei Kementerian Perdagangan (2018), masih sedikit konsumen yang mengadu ke lembaga pengaduan konsumen. (Megawati Simanjuntak, 2021: 41)

Berdasarkan paparan sebelumnya, membuktikan bahwa banyak konsumen yang mengalami kerugian dalam berbagai sektor salah satunya adalah jasa keuangan. Upaya untuk meningkatkan keberdayaan konsumen perlu dilakukan melalui sosialisasi dan edukasi konsumen cerdas. Konsumen yang berdaya dapat tercermin dari keterampilan konsumen, pengetahuan tentang undang-undang dan lembaga perlindungan konsumen, kecenderungan untuk bicara, pencarian informasi, dan perilaku complain. (Simanjuntak M, 2016) Masyarakat dapat terhindar dari perilaku curang yang dilakukan oleh penjual dengan menjadi konsumen cerdas. Sebagai konsumen cerdas, masyarakat tidak hanya mampu teliti sebelum membeli tetapi juga dapat menyadari bahwa berbelanja sesuai kebutuhan bukan keinginan, serta dapat melaporkan segala bentuk kecurangan kepada pihak yang berwenang.

Pihak berwenang yang memiliki kewajiban untuk melakukan sosialisasi terkait bagaimana konsumen cerdas yang seharusnya yakni Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki banyak organisasi lagi didalamnya seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Lembaga Perlindungan dan Pemberdayaan Konsumen Indonesia (LPPKI), Yayasan Perlindungan Konsumen Nasional (YAPEKNAS) dan masih banyak yang lainnya. Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bagaimana tugas dan fungsi dari lembaga perlindungan. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sangat berperan dalam memberikan sosialisasi dan tindakan yang harus dilakukan agar tidak terjerumus dalam jasa keuangan illegal. konsumen.

Adapun media yang dapat di gunakan untuk melakukan sosialisasi dan pengenalan terkait konsumen cerdas kepada masyarakat:

1. Melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat seperti melakukan sosialisasi di desa-desa, sekolah maupun perguruan tinggi.
2. Dapat melakukan seminar atau kuliah umum dengan tema edukasi bagaimana konsumen harus bertindak dan menjadi cerdas dalam menghadapi pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen untuk memperkenalkan terkait konsumen cerdas.
3. Membagikan edukasi memalalui mediasosial, seperti poster, iklan ataupun dalam bentuk himbawan yang dapat menarik minat masyarakat untuk membaca dan mengetahui konsumen cerdas serti apa.

Dalam kasus *Peer To Peer Lending* masyarakat akan di minta menyepakati perjanjian yang telah di tentukan secara sepihak oleh pelaku usaha *Peer To Peer Lending* yang mengatur secara khusus ketentuan yang harus di tepati oleh konsumen. Dari perjanjian inilah yang banyak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Ada pun tindakan yang tepat sebagai konsuemen cerdas untu dapat menghindari segala sesuatu yang bisa merugikan konsumen yakni :

1. Mencari tahu apakah industri *Peer To Peer Lending* yang menjadi tujuan konsumen dalam melakukan perjanjian pinjam meminjam sudah terdaftar di pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dapat di pastikan dalam situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Membaca dan memahami secara jelas perjanjian yang akan di sepakati terlebih dahulu. Bila mana ada perjanjian yang kurang jelas dan mengarah pada hal yang dapat merugikan konsumen sebagainya di hidnari atau melakukan penawaran jika dapat dilakukan. Namun apa bila terlah terjadi kerugian yang di alami konsumen, konsumen dapat mengajukan gugatan atau meminta bantuan kepada lembaga perlindungan konsumen untuk dapat menyelesaikan masalah yang terjadi.
3. Konsumen harus memiliki tingkat kesadaran hukum agar tidak dapat di manipulasi oleh pihak pelaku usaha
4. Konsumen sebaiknya bertindak secara hati-hati agar tidak bergiur saat melihat promosi atau iklan yang belum tentu terbukti keasliannya.
5. Konsumen harus melaksanakan kewajibannya dalam melakukan perjanjian. Terutama dalam perjanjian *Peer To Peer Lending* konsumen harus dapat membayarkan hutangnya sesuai dengan perjanjian yang telah di sepakati dari awal.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian pembahasan diatas maka kesimpulan dari tulisan ini adalah:

- a. Untuk menjadi konsumen yang preventif menghindari kerugian yang dapat di alami konsumen dalam industri *Peer To Peer Lending*. Konsumen harus bisa cerdas dalam menyikapi dan menghindari hal-hal yang dapat merugikan dirinya.
- b. Tujuan dari Konsumen cerdas sebagai upaya preventif untuk menumbuhkan rasa kesadaran kosumen dalam menhidari segala sesuatu yang dapat merugikan dirinya.
- c. Untuk dapat mencerdaskan konsumen dalam menyikapi pemasalahan yang datang dari Industri *Peer To Peer Lending*. Ada beberapa hal yang dilakukan oleh pemerintah dan organisasi perlindungan konsumen yakni seperti sosialisasi secara langsung ataupun melalui media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

Andi Dedhy, (2021), Bonepos.Com, "*Pinjaman Online Ilegal Indo Cash Jerat Korban di Makassar*", <https://www.bonepos.com/2021/03/19/pinjaman-online-ilegal-indo-cash-jerat-korban-di-makassar/2>, Diakses pada 19 Desember 2022

- Apriyanti Wolandari, (Oktober 2018) "*Konsumen Cerdas: Penerapan Kurikulum Multiaksara Berbuatan Literasi Keuangan*" Jurnal Akbar Vol. VI Edisi 2
- Ary Sty Wicaksino, Sri Wibawani, (April 2016). "*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sosialisasi Dan Edukasi Konsumen Cerdas Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) Oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur*" Jurnal Dinamika Governance: Vol. 6 No. 2,
- Ati Yuniati, , Marlia Eka Putreri, (2020), "*Peningkatan Kesadaran Hukum Bagi Siswa SMAN 1 Padang Cermin Dalam Mewujudkan Konusmen Cerdas Di Era Globalisasi*" Fakultas Hukum, Universitas Lampung,
- Darman, (2019) "*Financial Technology (Fintech): Karakteristik Dan Kualitas Pinjaman Pada Peer To Peer Lending Di Indonesia*" Jurnal Manajemen Teknologi: Vol. 18 No. 2,
- Debora Danisa, (2022), DetikJabar, "*Perventif Adalah: Arti, Upaya, dan Contoh Tindakannya*" <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6240696/preventif-adalah-arti-upaya-dan-contoh-tindakannya>. Diakses pada 19 Desember 2022
- Evi Ariyani. (2013) "*Hukum Perjanjian*". Jogjakarta: Penerbit Ombak ,
- Megawati Simanjuntask, Annisa Nisrima Insyiroh, Maret 2021, "*Edukasi Konsumen Cerdas di Masa Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Kelurahan Joglo, Kota Surakarta, Jawa Tengah*", Jurnal Ilmiah Pengabdian: Vol. 7 No. 1
- Riska Novitasari, Mohammad Sahid Rahman, dkk, (Mei 2020) "*Sosialisasi Konsumen Cerdas di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemanya, Kabupaten Indramayu*" Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat: Vol. 2 No. 3
- Simanjuntak M, Yuliati L. (2016). Mapping of Indonesia Consumer Empowerment Index 2016. (Research Report). Bogo (ID): Bogor Agricultural University.
- Sri Wahyuningsih, (2019) "*Implementasi Peer To Peer Lending Di Indonesia, Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology*" Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Windy Sonya Novita, (Januari-Juni 2020). "*Aspek Hukum Peer To Peer Lending (Identifikasi Permasalahan Hukum dan Mekanisme Penyelesaian)*" Jurnal Privat Vol. VIII No. 1.
- Yolanda Pusvita Sari, Tahun 2020 "*Financial Technology (Peer To Peer Lending) Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*", Semarang: Universitas Negeri Semarang,