

# **Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Online dan Terpaan E-WOM di Grup Facebook Pinjaman Online dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat dalam Penggunaan Pinjaman Online**

Arfian Muhammad Hakim, Djoko Setyabudi  
[arfianmhakim@gmail.com](mailto:arfianmhakim@gmail.com)

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

## ***ABSTRACT***

Fintech lending in Indonesia is one of the innovations in financial products and services that has been present in the past 5 years in Indonesia to provide assistance in accessing consumer consumptive funds via smartphones. However, the use of fintech lending that are not balanced with sufficient knowledge in the use of fintech lending causes new problems to form due to user misunderstandings which lead to a high risk of using them to cause casualties. Several ways to increase public knowledge are through online loan information in online media and discussions in the online loan facebook group. This also relates to the habits of Indonesian people who seek information on financial products and services using the Internet. This study aims to see whether there is a relationship between exposure to online loan information and E-WOM in the online loan Facebook group and the level of public knowledge in the use of fintech lending. This research is a quantitative type. The sample in this study were 100 people with the criteria of men or women aged 19-34 years, had seen / read online loan information in online media in the last month, and had read / been active in discussions on online loan facebook groups in the last month. Based on the research results, the variables of information exposure and e-wom exposure have a significant relationship to the level of public knowledge in the use of fintech lending. This is obtained from the results of the significance test of the two hypotheses carried out . In addition, the two independent variables also have a positive relationship with the variable the higher the community is exposed to information / exposure to e-wom, the higher the level of knowledge. However, although the relationship between the two independent variables and the variable can be said to be positive and significant, the two independent variables have a weak closeness to the variable assessed from the values shown.

**Keywords: Fintech lending, Fintech Peer to Peer Lending, Pinjol, E-WOM, Online Media.**

## ABSTRAK

Pinjaman online di Indonesia merupakan salah satu inovasi dalam produk dan jasa keuangan yang hadir 5 tahun belakangan di Indonesia untuk memberikan kemudahan dalam mengakses bantuan dana konsumtif masyarakat lewat penggunaan *smartphone*. Namun penggunaan pinjaman online yang tidak diimbangi dengan pengetahuan yang cukup dalam penggunaan pinjaman online menyebabkan terbentuknya masalah baru akibat dari kesalahpahaman penggunaannya itu sendiri yang berujung pada resiko tinggi dalam penggunaannya hingga menyebabkan jatuhnya korban. Beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat adalah lewat informasi pinjaman online di media online serta diskusi dalam grup facebook pinjaman online. Hal ini juga berhubungan dengan kebiasaan masyarakat Indonesia yang mencari informasi produk dan jasa keuangan menggunakan Internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara terpaan informasi pinjaman online di media online dan E-WOM di grup Facebook pinjaman online dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online. Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan kriteria pria atau wanita berusia 19-34 tahun, pernah melihat/membaca informasi pinjaman online di media online satu bulan terakhir, dan pernah membaca/aktif dalam berdiskusi di grup facebook pinjaman online dalam satu bulan terakhir. Berdasarkan hasil penelitian, variabel terpaan informasi dan terpaan e-wom memiliki hubungan yang signifikan terhadap tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online. Hal ini didapatkan dari hasil uji signifikansi kedua hipotesis yang, Selain itu, kedua variabel bebas juga memiliki hubungan yang positif dengan variabel terikat yang berarti semakin tinggi masyarakat terkena terpaan informasi/terpaan e-wom semakin tinggi pula tingkat pengetahuannya. Namun, walaupun hubungan antara kedua variabel bebas dan variabel terikat dapat dikatakan positif dan signifikan, kedua variabel bebas tersebut memiliki keeratan korelasi yang lemah dengan variabel terikat yang diukur dari nilai koefisien korelasi.

**Kata kunci:** Pinjaman Online, *Fintech Peer to Peer Lending*, Pinjol, E-WOM, Online Media.

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG

Di era digitalisasi seperti saat ini, kebanyakan dari masyarakat Indonesia telah menggantungkan kehidupannya lewat penggunaan Internet. Teknologi yang terus berkembang dengan pesat ini telah mengubah bagaimana masyarakat menjalankan

kehidupannya sehari-hari. Aktivitas yang sebelumnya hanya dapat dilakukan secara tatap muka atau luring, saat ini dapat dilakukan secara daring lewat aplikasi di *smartphone* yang terhubung dengan koneksi internet. Selain itu, masyarakat juga dituntut untuk lebih terbuka terhadap penemuan-penemuan baru dan dengan mudahnya akses

informasi masyarakat dapat dengan mudah mencari tahu hal-hal yang sebelumnya belum ia ketahui.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam “Survei Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia pada Tahun 2018”, tercatat sudah lebih dari 171,17 juta jiwa terhubung dengan fasilitas internet. Jumlah tersebut sudah melebihi setengah dari penduduk total Indonesia yang mencapai 264 juta lebih jiwa yaitu sebesar 64.8%. *Smartphone* merupakan alat untuk mengakses internet dengan pengguna terbanyak yaitu sebesar 93% dari 5900 sampel yang diteliti menggunakannya untuk mengakses internet setiap hari.

Salah satu produk digitalisasi dalam bidang finansial yang lima tahun belakangan ini marak dibicarakan adalah Pinjaman Online. Pinjaman online atau yang juga disebut sebagai *fintech peer to peer lending* adalah salah satu inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam melalui aplikasi pinjaman online.

Fitur utama yang dimiliki oleh pinjaman online yang tidak dimiliki oleh

pinjaman konvensional yaitu proses pengajuan, pencairan serta pengembalian uang pinjaman dapat dilakukan lewat aplikasi dalam *smartphone* secara cepat dan dengan syarat yang mudah. Pada umumnya, syarat untuk mengajukan pinjaman online hanya memerlukan KTP, data pribadi, nomor kontak dan swafoto, namun syarat tersebut menyesuaikan disetiap aplikasi pinjaman online. Nominal pinjamannya pun sangat bervariasi dimulai dari Rp.500.000 hingga mencapai Rp.30.000.000 yang dapat dicairkan hanya dalam hitungan menit.

Selama tiga tahun terakhir, pinjaman online berkembang pesat di Indonesia, berbagai nama aplikasi pinjaman online seperti Akulaku, Kredivo, Rupiah Plus, Cicil, kredit Pintar dan lain-lain terus bermuculan di Indonesia. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh OJK per Desember 2019, perkembangan ini ditandai oleh pengguna yang telah mencapai 15.986.723 pengguna dengan total penyaluran pinjaman Rp.68 triliun.

Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan pengguna pinjaman online yang signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh meratanya penggunaan internet di Indonesia serta banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan pinjaman online karena kemudahan yang ditawarkan

oleh penyelenggara aplikasi tersebut untuk meminjam uang. Data ini didukung oleh survey yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam Survei Nasional Literasi Keuangan 2019 (SNLIK). Dalam survey tersebut tercatat tingkat inklusi (penggunaan) produk dan jasa keuangan di Indonesia sudah mencapai 76.19%. Angka tersebut menunjukkan bahwa 76,19% masyarakat Indonesia telah menggunakan produk dan jasa keuangan dalam kesehariannya.

Namun, di sisi lain tingginya angka penggunaan produk dan jasa keuangan tersebut tidak diimbangi dengan tingkat literasi (pengetahuan) masyarakat Indonesia dalam menggunakan produk dan jasa keuangan yang hanya mencapai 38,03% atau hanya separuhnya saja. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sebagian besar telah memanfaatkan, namun tidak banyak yang paham mengenai apa yang mereka pakai baik untung rugi, syarat dan ketentuan dari penggunaan produk/jasa keuangan seperti dalam pinjaman online.

Sehingga, kesenjangan ini menjadi salah satu penyebab banyaknya permasalahan dalam pinjaman online yang diakibatkan oleh kesalahan dari konsumen itu sendiri akibat kurangnya pengetahuan terhadap penggunaan pinjaman online.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Lembaga Badan Hukum (LBH), per juni 2019, sudah ada lebih dari 4500 aduan mengenai kasus pinjaman online. Angka tersebut melonjak lebih tinggi dari tahun 2018 yang tercatat sebanyak 1330 aduan. Selain itu, data yang dihimpun oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia juga mencatat 86 kasus aduan mengenai kasus pinjaman online. Kasus yang diadukan beragam seperti tata cara penagihan, administrasi, suku bunga yang tinggi, dll.

Staf Pengaduan YLKI Rio Priambodo mengatakan bahwa mayoritas dari kasus yang diadukan adalah akibat dari kesalahan konsumen itu sendiri. Ia berpendapat bahwa seharusnya pihak penyelenggara pinjaman dapat menginformasikan syarat dan ketentuan kepada konsumen (peminjam) secara jelas, dan memiliki rincian data lengkap peminjam yang telah terdaftar beserta penanggungnya. Menurutnya, di Indonesia kebanyakan dari fintech yang belum terdaftar OJK tidak melakukan hal tersebut, hal tersebut diperparah dengan literasi produk keuangan masyarakat yang masih kurang sehingga dengan ketidaktahuan konsumen ketika mendaftar terciptalah permasalahan akibat ketidaktahuan dalam mendaftar pinjaman online.

Asteria Diantika, Kepala Sub Bagian Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK DIY juga mengaitkan kasus-kasus jeratan pinjaman online di Indonesia terjadi akibat rendahnya tingkat literasi keuangan di Indonesia.

"Tingkat literasi masyarakat kita masih cukup rendah. Sementara itu tingkat inklusi pada produk keuangan mencapai 76,19%. Artinya masyarakat sebagian besar sudah bisa memanfaatkan, namun kurang paham mengenai apa yang ia pakai. Seperti halnya prosedur pemakaiannya seperti apa, untung rugi, serta bahayanya,"

Survei yang dilakukan oleh Google pada tahun 2017 kepada 501 orang Indonesia pengguna internet yang mengambil pinjaman pribadi atau mendaftar kartu kredit dalam satu tahun ke belakan, 74% responden yang merupakan nasabah produk keuangan Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi keuangan sebelum menentukan pilihannya. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh masyarakat dalam mencari tahu penggunaan pinjaman online adalah lewat media sosial Facebook. Peneliti menemukan lebih dari 20 grup di Facebook

yang digunakan calon konsumen dan konsumen pinjaman online sebagai tempat untuk berdiskusi mengenai pinjaman online dan ada lebih dari 15000 anggota di setiap grupnya.

Kegiatan tersebut dapat disebut sebagai *E-WOM* atau *Electronic Word Of Mouth*. E-WOM adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat bersifat pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh konsumen, calon konsumen, konsumen ataupun mantan dapat membagikan informasi mengenai suatu produk melalui media Internet (Hennig-Theureau et al, 2004:39).

Selain menggunakan E-WOM pada media sosial Facebook. Masyarakat dapat terkena terpaan informasi mengenai pinjaman online lewat media online. Terpaan informasi merupakan aktivitas yang berkenaan dengan frekuensi informasi yang ditujukan pada sasaran. Terpaan informasi merupakan salah satu faktor penting untuk mengisi pengetahuan masyarakat yang masih kurang mengenai suatu yang hendak disosialisasikan. Sehingga media komunikasi yang digunakan juga patut dipertimbangkan agar frekuensi, isi serta bentuknya disesuaikan dengan kapasitas masyarakat

dalam menerima informasi tersebut (Rakhmat, 2007:35).

Di era digitalisasi seperti saat ini Pemerintah, penyelenggara aplikasi pinjaman online, media dapat melakukan sosialisasi mengenai penggunaan pinjaman online lewat media online yang dikemas dalam bentuk berita atau infografis.

### **RUMUSAN MASALAH**

Salah satu faktor yang ikut andil dalam mewujudkan pemanfaatan pinjaman online yang aman adalah pengetahuan. Dengan membekali pengetahuan yang baik, masyarakat dapat lebih kritis dan waspada dalam menentukan pinjaman online atau penggunaannya sebagai suatu inovasi baru yang hadir di tengah masyarakat dalam meminjam uang. Hal ini didasari oleh survey yang dilakukan oleh OJK yaitu sebesar 76,19% masyarakat Indonesia telah memanfaatkan pinjaman online, namun dari faktor tingkat pengetahuan hanya sebesar 38,03% masyarakat yang memiliki pengetahuan dalam pemanfaatannya.

Alhasil akibat kurangnya tingkat pengetahuan, sehingga menyebabkan permasalahan dalam masyarakat, seperti yang disebutkan oleh Staf Pengaduan YLKI bahwa terdapat lebih dari 4500 aduan yang ditampung oleh Yayasan Lembaga

Konsumen Indonesia dan Lembaga Badan Hukum dinyatakan sebagai akibat dari kesalahan konsumen itu sendiri akibat ketidaktahuannya.

Di era digital seperti saat ini, masyarakat mengandalkan internet guna memilih sumber informasi dalam mencari tahu mengenai suatu hal, di antaranya lewat terpaan informasi pinjaman online di media online dan terpaan e-wom di grup Facebook pinjaman online. Di media online itu sendiri, ada berbagai macam informasi yang dipublikasikan terkait pinjaman online seperti cara membedakan mana jenis pinjaman online yang legal dan ilegal, perkembangan aturan hukum pinjaman online di Indonesia, kasus-kasus jeratan pinjaman online, serta sosialisasi aman penggunaan pinjaman online dalam bentuk infografis dan artikel, konten-konten tersebut dapat dibaca untuk menambah wawasan mengenai pinjaman online.

Selain itu, terdapat lebih dari 20 grup diskusi pinjaman online di Facebook dengan jumlah anggota per grup rata-rata 20-30 ribu akun sebagai tempat untuk konsumen saling membagikan pengalamannya seperti membahas mengenai berbagai informasi seperti cara menangani gagal bayar,

rekomendasi aplikasi, cara-cara pengajuan pinjaman.

Dengan melihat penjelasan diatas, muncul permasalahan yang timbul akibat rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online sebagai salah satu faktor dalam pemanfaatan pinjaman online. Sehingga guna mencari tahu sumber informasi mana yang paling mempengaruhi, muncul pertanyaan, adakah hubungan terpaan informasi pinjaman online di media online dan terpaan electronic word of mouth di grup Facebook pinjaman online, dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online?

## **HIPOTESIS**

Berdasarkan dari uraian di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut ini:

1. Terdapat hubungan positif antara terpaan informasi pinjaman online di media online (X1) dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online.
2. Terdapat hubungan positif antara terpaan E-WOM (X2) dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif dengan metode penelitian eksplanatori.

Populasi dari penelitian ini adalah pria atau wanita usia 19-34 tahun yang pernah terkena terpaan informasi pinjaman online di media online dan terkena terpaan E-WOM lewat grup Facebook pinjaman online mengenai penggunaan pinjaman online dalam satu bulan terakhir. Rentang usia 19-34 tahun merupakan yang terbanyak dalam melakukan pinjaman online di Indonesia. Berdasarkan target yang telah ditetapkan tersebut maka jumlah populasi penelitian tidak diketahui.

*Non probability sampling* digunakan sebagai pengambilan sampel dan juga menggunakan proses *accidental sampling*.

## **PEMBAHASAN**

### **Hubungan Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Online dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat dalam Penggunaan Pinjaman Online.**

Berdasarkan hasil output uji korelasi menggunakan bantuan Kendall's Tau B diatas, terlihat bahwa sig (2-tailed) atau nilai signifikansi antara variabel Terpaan Informasi dan Tingkat Pengetahuan adalah sebesar 0,016. Nilai tersebut masuk kedalam kategori ( $0,000 \leq 0,05$ ). Sehingga

hasil tersebut dapat dimaknai bahwa **adanya hubungan yang signifikan** antara variabel Terpaan Informasi dan Tingkat Pengetahuan.

Dari hasil tersebut juga dapat dilihat nilai koefisien korelasi sebesar 0,183. Nilai tersebut terletak dikategori 0,00 hingga 0,20 yang berarti keeratan korelasi yang **sangat lemah**. Jika dilihat, arah hubungan antar variabel bernilai positif. Hal tersebut bermakna bahwa korelasi kedua variabel adalah searah

Dari ketiga analisis yang telah ditulis diatas dapat disimpulkan kalau hipotesis pertama dapat **diterima**

### **Hubungan antara Terpaan E-WOM di Grup Facebook Pinjaman Online dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat dalam Penggunaan Pinjaman Online.**

Berdasarkan hasil output menggunakan bantuan uji korelasi Kendall's Tau B diatas, dapat bahwa diketahui nilai signifikansi atau Sig (2 tailed) antara variabel Terpaan Informasi dan Tingkat Pengetahuan dengan nilai 0,004. Nilai tersebut masuk kedalam kategori ( $0,000 \leq 0,01$ ). Dapat dimaknai bahwa adanya hubungan yang

**sangat signifikan** antara kedua variabel Terpaan E-WOM dengan Tingkat Pengetahuan.

Dari hasil tersebut juga dapat dilihat nilai koefisien korelasi sebesar 0,214. Nilai tersebut terletak dikategori 0,21 sampai 0,40 yang berarti keeratan korelasi **lemah**. Jika dilihat, arah hubungan antar variabel bernilai positif. Hal tersebut bermakna bahwa korelasi kedua variabel adalah searah.

Dari ketiga analisis diatas terlihat bahwa hipotesis kedua dianggap **diterima** karena terdapat hubungan positif antara variabel Terpaan E-WOM di Grup Facebook Pinjaman Online (X2) dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat dalam Penggunaan Pinjaman Online (Y).

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

1. Setelah mendapatkan hasil dari penelitian ini, terlihat bahwa adanya hubungan yang **positif** serta **signifikan** antara terpaan informasi pinjaman online di media online dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan



pinjaman online namun memiliki keeratan korelasi yang **sangat lemah**.

Tolok ukur keeratan korelasi tersebut dilihat melalui nilai signifikansi dari uji hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis pertama menghasilkan nilai signifikansi dengan besaran 0,016 ( $\leq 0,05$ ) serta nilai koefisien korelasi dengan besaran 0,183.

2. Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang **positif** serta **sangat signifikan** signifikan antara variabel terpaan E-WOM di grup Facebook Pinjaman Online dengan variabel tingkat pengetahuan masyarakat dalam penggunaan pinjaman online namun memiliki keeratan korelasi yang lemah. Hal ini dapat terlihat melalui hasil nilai signifikansi dari uji hipotesis yang telah dilakukan, hipotesis pertama menghasilkan nilai signifikansi 0,004

( $\leq 0,01$ ) serta nilai koefisien korelasi sebesar 0,214.

3. Meski hasil antara kedua variabel bebas dengan variabel yang terikat memiliki hubungan yang positif dan signifikan, namun keeratan korelasi kedua variabel bebas dengan variabel terikat lemah.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Belch, G. B. (2003). *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communication Perspective (6th Edition)*. New York: McGraw Hill.

Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rumanti, M. A. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori Praktik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Septiawan, Santana. (2005). *Jurnalistik Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### JURNAL & SKRIPSI

Anggitasari, S. R., Hurriyati, R., & Wibowo, L. A. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap

- Minat Beli Online. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 6.  
<https://doi.org/10.17509/jimb.v8i1.12655>
- Ball-Rokeach, S. J., & Defleur, M. L. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*.  
<https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Budiono, B. (2019). Hubungan Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online dan Kelompok Rujukan Offline Dengan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II. *Skripsi SI*. Universitas Diponegoro .
- Cahyaningsih, I., Wiedyaningsih, C., & Kristina, S. A. (2013). Effect of Education on the Level of Community Knowledge about Analgesic in Cangkringan , Sleman Regency , Yogyakarta. *Mutiara Medika*, 13(2), 98–104.
- Gupta, P., & Harris, J. (2010). How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective. *Journal of Business Research*, 63(9–10), 1041–1049.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.01.015>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.  
<https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Park, D. H., & Kim, S. (2008). The effects of consumer knowledge on message processing of electronic word-of-mouth via online consumer reviews. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4), 399–410.  
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.12.001>
- Sholihat, A. A. (2018). Pengaruh Radio Komunitas Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Islam Secara Umum. *Skripsi SI*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## WEBSITE

- Detik.com. (2020, Januari 14). *Catat! Ini Keluhan terbanyak Masyarakat Soal Pinjol*. (S. Novka, Editor) Retrieved Mei 12, 2020, from finance.detik.com:  
<https://finance.detik.com/fintech/d-4859091/catat-ini-keluhan-terbanyak-masyarakat-soal-pinjol>
- Kumparan.com. (2019, Oktober 19). *Tingkat Literasi Pengaruhi Pemanfaatan Fintech*. (T. Jogja, Editor) Retrieved Mei 12, 2020, from Kumparan:  
<https://kumparan.com/tugujogja/tingkat-literasi-pengaruhi-pemanfaatan-fintech-1s5UlrOTxLm>
- Kontan. (2019, Juli 29). *Per Juni 2019, ada 4.500 aduan pinjaman fintech yang masuk ke LBH Jakarta*. (T. Mahadi, Editor) Retrieved Mei 10, 2020, from Kontan.co.id:  
<https://keuangan.kontan.co.id/news/per-juni-2019-ada-4500-aduan-pinjaman-fintech-yang-masuk-ke-lbh-jakarta>
- OJK. (2020, Januari 31). *Statistik Fintech Lending Periode Desember 2019*. Retrieved Februari 5, 2020, from Statistik Fintech:  
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik->

[Fintech-Lending-Periode-Dezember-2019.aspx](#)