

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK DALAM PEMBIAYAAN KONSUMEN

Endang Prasetyawati

Dosen Pengajar Fakultas Hukum
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Abstract

Process contract in consumer finance supposed through three stages that is, stage pre-prosperous contract, phase of the contract and phase after contract. Many factors that can give an indication of any abuse of power economy, in a stage pre-prosperous contract and phase contract from the company consumer finance while in the stage after company contracts consumer finance in position weak. Therefore not only consumer that need legal protection but also businessmen.

Key words: *Legal protection, consumer, businessmen.*

Latar Belakang Berkembangnya Pembiayaan Konsumen di Indonesia

Pengembangan dunia usaha dan diversifikasinya sangat membutuhkan fasilitas modal dalam jumlah yang tidak kecil. Untuk itu diperlukan lembaga terkait yang mampu memberi pasokan dana secara relatif murah dan mudah. Pemerintah melalui kebijakannya, mendukung dan memberikan aturan-aturan hukum untuk menjamin kepastian hukum investor agar mau berinvestasi di Indonesia. Pemerintah Indonesia juga memberikan insentif-insentif yang berupa kemudahan-kemudahan, yaitu kesempatan untuk berusaha dengan dikeluarkannya paket-paket kebijakan. Paket kebijakan di bidang Perbankan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Indonesia salah satunya adalah Paket Deregulasi 27 Oktober 1988 atau yang dikenal sebagai Pakto 1988. Pakto tersebut berisi kebijakan pemerintah yang berupa:

1. Kemudahan dalam membuka bank-bank dan lembaga keuangan non bank, serta kantor cabang bank asing.
2. Pembukaan bank swasta dengan penetapan syarat modal minimum hanya sepuluh

milyar rupiah, dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) hanya sebesar lima puluh juta rupiah. Bank Pembangunan Daerah (BPD) diperkenankan menjadi bank umum selama memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Selain itu diberikan pula kemudahan persyaratan untuk menjadi bank devisa.

3. Perbankan nasional diperkenankan membuat kantor kas keliling dan pemasangan *Automated Teller Machine* (ATM).
4. Pemerintah menetapkan batas maksimum pemberian kredit (*BMPK/Legal Lending Limit*) bagi bank dan lembaga keuangan non bank.
5. Likuiditas wajib minimum perbankan dan lembaga keuangan non bank menjadi 2 % dari jumlah dana pihak ketiga.
6. Perluasan modal dapat dilakukan dengan penjualan saham baru melalui pasar modal dan penyertaan oleh pemegang saham.

Selain untuk mendorong terjadinya persaingan yang sehat, pokok-pokok ketentuan dalam Pakto tersebut juga dimaksudkan untuk

meningkatkan penghimpunan dana masyarakat.¹

Lembaga pembiayaan baru tumbuh dan berkembang seiring dengan adanya Paket Deregulasi Tahun 1988, yaitu Paket Deregulasi 27 Oktober 1988 (Pakto 88) dan Paket Deregulasi 20 Desember 1988 (Pakdes 88). Pakdes 88 mulai memperkenalkan usaha lembaga pembiayaan tidak hanya sewa guna usaha (*leasing*) saja, tetapi juga meliputi jenis usaha lainnya yaitu, anjak piutang (*factoring*), modal ventura (*venture capital*), kartu kredit (*credit card*), perdagangan surat berharga (*securities company*) dan pembiayaan konsumen (*consumer finance*). Selanjutnya Pakdes 1988 tersebut dituangkan dalam Keppres No. 61 Tahun 1988 tentang Lembaga Pembiayaan, pada tanggal 20 Desember 1988, yang kemudian dicabut dengan Peraturan Presiden Nomor 9 tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan; dan Keputusan Menteri Keuangan No. 1251/KMK.013/1988 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan. Ada dua pertimbangan dari ditetapkannya Kepres Nomor 61 Tahun 1988, yaitu:

- a. Dalam rangka menunjang pertumbuhan ekonomi, sarana penyediaan dana yang dibutuhkan masyarakat perlu lebih diperluas sehingga peranannya sebagai sumber dana pembangunan makin meningkat;
- b. Bahwa maksud tersebut peranan lembaga pembiayaan sebagai salah satu sumber pembiayaan pembangunan perlu lebih ditingkatkan.

Peningkatan pendapatan masyarakat dan kemajuan dunia usaha secara tidak langsung berpengaruh terhadap kebutuhan akan dana atau sumber dana yang dapat memenuhi keinginan mereka. Masyarakat akan terus mencari sumber dana yang paling tepat sesuai dengan kebutuhannya. Selain Bank, lembaga pembiayaan dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat akan dana. Lebih dari itu, lembaga pembiayaan ternyata dapat membe-

rikan berbagai kemudahan dibandingkan dengan bank. Dikemukakan oleh Ade Arthesa dan Edia Handiman bahwa: “Kemudahan tersebut menyebabkan lembaga pembiayaan mengalami perkembangan yang cukup tinggi di negara kita”².

Menurut Abdul Kadir Muhammad dan Rilda Murniati, ada 4 (empat) alasan yang mendorong perkembangan pembiayaan konsumen, yaitu keterbatasan sumberdaya formal, koperasi simpan pinjam sulit berkembang, Bank tidak melayani pembiayaan konsumen dan pembiayaan lintah darat yang mencekik.³

Sebenarnya dalam masyarakat sudah ada lembaga pembiayaan yang disebut lembaga pegadaian, namun dalam lembaga pegadaian sistem yang diterapkan kurang fleksibel karena adanya keharusan untuk menyerahkan barang. Koperasi simpan pinjam dalam kenyataannya belum mampu berfungsi sebagai pembiayaan konsumen. Bank pada umumnya tidak melayani pemberian kredit yang bersifat konsumtif dan ukuran kecil, serta bank selalu menerapkan prinsip jaminan dan juga persyaratan yang tidak mudah bagi rakyat kecil. Sedangkan sistem pembiayaan yang diterapkan oleh lintah darat yang bersifat tradisional dan dengan bunga yang sangat tinggi melebihi batas kewajaran yang berlaku dalam dunia bisnis, sistem penagihan yang sangat ketat dengan ancaman penarikan barang bila menunggak, sehingga hal ini sangat ditakuti oleh konsumen.

Keadaan tersebut di atas mendorong arti pentingnya keberadaan dan perkembangan lembaga pembiayaan konsumen. Pilihan masyarakat akan lembaga pembiayaan konsumen disebabkan adanya kebutuhan akan pelayanan yang cepat, prosedur yang tidak rumit, dan persyaratan yang mudah dipenuhi. Berbagai kemudahan itu menyebabkan masyarakat memilih lembaga pembiayaan untuk memenuhi kebutuhannya, tetapi terdapat konsekuensi atas pilihan masyarakat akan lembaga pembiayaan

¹ Herman Darmawi, *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm.111.

² Ade Arthesa dan Edia Handiman. *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. (Jakarta: Indeks, 2006)hlm. 247

³ Abdul Kadir Muhammad dan Rilda Murniati, *Segi Hukum Lembaga Keuangan dan Pembiayaan*. (Bandung: Citra Aditya Bakti), hlm 250.

tersebut, yaitu tingkat bunga pinjamannya lebih tinggi dibandingkan dengan suku bunga pinjaman yang diberikan oleh perbankan. Mengenai tingginya tingkat suku bunga dalam lembaga pembiayaan tersebut, tidak mempengaruhi minat dari konsumen untuk tetap memilih lembaga pembiayaan konsumen. Hal tersebut senada dengan yang dikemukakan oleh Ade Arthesa dan Edia Handiman sebagai berikut: “Konsumen umumnya tidak begitu terpengaruh oleh tingkat suku bunga. Konsumen jenis ini lebih memperhatikan jumlah angsuran per bulan yang sesuai dengan kemampuan mereka membayar angsuran tersebut dari penghasilannya per bulan”.⁴

Pembiayaan konsumen merupakan salah satu model pembiayaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan. Dikemukakan oleh Richard Burton Simatupang bahwa: “Secara informal, lembaga pembiayaan konsumen ini telah tumbuh sejak lama sebagai bagian dari aktivitas perdagangan, tetapi secara formal baru diakui sejak tahun 1988 melalui SK Menteri Keuangan Nomor 1251/KMK.013/1988 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan, yang secara formal mengatur kegiatan usaha pembiayaan ke permukaan, sebagai bagian resmi sektor jasa keuangan.”⁵

Terpuruknya bisnis perbankan pada tahun 1997/1998 secara tidak langsung turut mempengaruhi kebangkitan perusahaan pembiayaan. Pada saat bank masih berhati-hati dalam menyalurkan kredit, perusahaan pembiayaan mengambil celah tersebut dengan melakukan ekspansi kredit konsumtif. Hal tersebut dapat terjadi karena kebutuhan masyarakat yang terus mengalami peningkatan. Pembiayaan konsumen merupakan padanan istilah dalam bahasa Inggris yaitu *Consumer finance*. Bagi pembiayaan konsumen, biaya diberikan oleh perusahaan pembiayaan (*financing company*).

Proses kontrak dalam pembiayaan konsumen seharusnya melalui tiga tahapan yaitu, tahap pra kontrak, tahap kontrak, dan tahap pasca kontrak. Banyak faktor yang dapat

memberikan indikasi tentang adanya penyalahgunaan kekuasaan ekonomi, dalam tahap pra kontrak dan tahap kontrak dari pihak perusahaan pembiayaan konsumen sedangkan dalam tahap pasca kontrak perusahaan pembiayaan konsumen dalam posisi lemah. Proses kontrak pembiayaan konsumen yang ada adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra kontrak

Kontrak dalam pembiayaan konsumen adalah berbentuk *standard contract* (kontrak baku). Pada tahap pra kontrak, konsumen sama sekali tidak diperhitungkan. Konsumen tidak mempunyai kesempatan untuk melakukan tawar menawar, begitu juga informasi yang diperoleh oleh konsumen sangat minim.

2. Tahap Kontrak

Berlakunya *standard contract* (kontrak baku) dalam pembiayaan konsumen, mengakibatkan kontrak tersebut banyak sekali mengandung kelemahan-kelemahan. Kelemahan-kelemahan tersebut antara lain, pihak yang disodori kontrak tidak mempunyai banyak kesempatan untuk mengetahui isi kontrak tersebut, apalagi ada kontrak yang ditulis dengan huruf-huruf yang sangat kecil. Beberapa syarat-syarat yang diperjanjikan ada yang tidak masuk akal atau yang tidak patut atau bertentangan dengan konsep perikemanusiaan atau *on redelijke contractsvoorwaarden* atau *unfair contract terms*, yang menempatkan pihak konsumen dalam keadaan tertekan atau *dwang positie*. Munculnya keadaan yang menempatkan konsumen pada kondisi tidak ada pilihan lain kecuali mengadakan kontrak dengan syarat-syarat yang memberatkan, maka terdapat keadaan di mana nilai dan hasil kontrak tersebut sangat tidak seimbang apabila dibandingkan dengan prestasi timbal balik dari para pihak. Misalnya, besarnya denda maupun besarnya bunga yang harus dibayar oleh konsumen.

3. Tahap Pasca kontrak

Berkaitan dengan tahap pasca kontrak, maka dapat ditunjukkan dengan keadaan saat ini, yang menunjukkan adanya feno-

⁴ *Ibid.* hlm. 248

⁵ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 117.

mena baru. Fenomena tersebut yaitu melemahnya kedudukan atau posisi perusahaan pembiayaan konsumen. Keadaan tersebut dikarenakan konsumen sudah semakin pandai sehingga mampu memanfaatkan kelemahan-kelemahan pihak perusahaan pembiayaan konsumen.

Para Pihak dalam Pembiayaan Konsumen

Pembiayaan konsumen merupakan lembaga pembiayaan yang kegiatannya berupa penyediaan dana oleh perusahaan pembiayaan konsumen kepada konsumen untuk pembelian suatu barang dari pemasok (*supplier*), yang pembayarannya dilakukan secara berkala (angsuran) oleh konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, dalam transaksi pembiayaan konsumen ada tiga pihak yang terlibat dalam hubungan hukum pembiayaan konsumen, yaitu perusahaan pembiayaan konsumen, konsumen dan pemasok (*supplier*).

Perusahaan pembiayaan konsumen adalah badan usaha yang melakukan pembiayaan pengadaan barang untuk kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala. Perusahaan pembiayaan konsumen ini sesuai dengan Perpres No. 9 Tahun 2009 harus berbentuk badan hukum, yaitu Perseroan Terbatas atau Koperasi. Pada transaksi pembiayaan konsumen, perusahaan pembiayaan konsumen berkedudukan sebagai kreditur, yaitu pihak pemberi biaya kepada konsumen.

Konsumen adalah pembeli barang yang dananya dibiayai oleh perusahaan pembiayaan konsumen. Perpres No. 9 Tahun 2009 tidak mengatur tentang status konsumen, dengan demikian konsumen tersebut dapat berstatus perseorangan dapat juga berstatus badan usaha. Pada transaksi pembiayaan konsumen, konsumen ini berkedudukan sebagai debitur, yaitu pihak penerima biaya dari perusahaan pembiayaan konsumen.

Pemasok (*supplier*) adalah penjual, yaitu perusahaan atau pihak-pihak yang menjual atau menyediakan barang-barang yang dibutuhkan konsumen dalam rangka pembiayaan konsumen. Barang-barang yang dijual atau disediakan oleh pemasok (*supplier*) merupakan barang-barang konsumsi, seperti kendaraan bermotor, barang-barang elektro-

nik, komputer, kebutuhan rumah tangga, dan sebagainya. Pembayaran atas harga barang-barang yang dibutuhkan konsumen tersebut dilakukan oleh perusahaan pembiayaan konsumen kepada pemasok (*supplier*).

Hak dan Kewajiban Perusahaan Pembiayaan Konsumen dan Konsumen

Memperhatikan hak dan kewajiban perusahaan pembiayaan konsumen maupun hak dan kewajiban konsumen secara proporsional sesuai dengan teori keadilan distributif, bahwa keadilan distributif menuntut setiap orang mendapat apa yang menjadi haknya secara proporsional dan berdasarkan asas keseimbangan dalam kontrak. Asas ini menghendaki kedua pihak memenuhi dan melaksanakan kontrak yang telah dibuat. Asas keseimbangan ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan. Perusahaan pembiayaan konsumen mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi dan jika di perlukan dapat menuntut pelunasan prestasi melalui kekayaan konsumen. Perusahaan pembiayaan konsumen memikul pula beban untuk melaksanakan kontrak itu dengan itikad baik. Kedudukan perusahaan pembiayaan konsumen yang kuat diimbangi dengan kewajibannya untuk memperhatikan itikad baik, sehingga kedudukan perusahaan pembiayaan konsumen dan konsumen seimbang.

Perlindungan hukum terhadap para pihak dalam pembiayaan konsumen

Perlindungan hukum bagi konsumen

Kontrak baku dalam pembiayaan konsumen merupakan kontrak yang telah ditentukan dan telah dituangkan dalam bentuk formulir/tertulis. Kontrak ini telah ditentukan secara sepihak oleh pihak perusahaan pembiayaan konsumen (kreditur). Penyusun kontrak dalam hal ini perusahaan pembiayaan konsumen mempunyai kedudukan monopoli, perusahaan pembiayaan konsumen bebas dalam membuat redaksinya, sehingga konsumen berada dalam keadaan di bawah kekuasaan kreditur.

Pada kontrak pembiayaan konsumen, kedudukan para pihak tidak seimbang, pihak konsumen tidak berada dalam keadaan yang betul-betul bebas untuk menentukan apa yang

diinginkan dalam kontrak. Pihak perusahaan pembiayaan konsumen memiliki posisi lebih kuat dan menggunakan kesempatan tersebut untuk menentukan klausul-klausul tertentu dalam kontrak pembiayaan konsumen. Format dan isi kontrak dirancang oleh pihak perusahaan pembiayaan konsumen.

Format dan isi kontrak dirancang oleh pihak yang memiliki kedudukan lebih kuat, maka dapat dipastikan bahwa kontrak tersebut memuat klausul-klausul yang menguntungkan baginya, atau meringankan atau menghapuskan beban-beban atau kewajiban-kewajiban tertentu yang seharusnya menjadi bebannya yang biasa dikenal dengan klausul eksonerasi. Berdasarkan hal tersebut perlu diberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dari tindakan sewenang-wenang perusahaan pembiayaan konsumen.

Guna melindungi konsumen, maka terdapat larangan bagi perusahaan pembiayaan konsumen untuk mengalihkan beban tanggung gugat dari pihak perusahaan pembiayaan konsumen kepada pihak konsumen, setiap kerugian yang timbul di kemudian hari harus tetap ditanggung oleh para pihak yang harus bertanggung gugat berdasarkan klausul kontrak pembiayaan konsumen, kecuali jika klausul tersebut merupakan klausul yang dilarang berdasarkan Pasal 18 UUPK.

Perlu diperhatikan juga perlindungan hukum terhadap konsumen bila terjadi *force majeure*/keadaan memaksa, misalnya terjadi musibah (gempa bumi). Dasar dari *force majeure* dalam Pembiayaan konsumen adalah ketentuan yang terdapat di dalam:

1. Pasal 1244 Buku III KUH Perdata:
”Jika ada alasan untuk itu, si berhutang harus dihukum mengganti biaya, rugi dan bunga apabila ia tidak dapat membuktikan, bahwa hal tidak atau tidak pada pada waktu yang dapat dilaksanakannya perikatan itu, disebabkan karena suatu hal yang tidak terduga, pun tidak dapat dipertanggungjawabkan padanya, kesemuanya itupun jika itikad buruk tidaklah ada pada pihaknya.”
2. Pasal 1245 Buku III KUH Perdata:
”Tidaklah biaya rugi dan bunga, harus digantinya apabila lantaran keadaan me-

maksa atau lantaran suatu kejadian tidak disengaja si berhutang berhalangan memberikan atau berbuat sesuatu yang diwajibkan atau lantaran hal-hal yang sama telah melakukan perbuatan yang terlarang.”

Berdasarkan rumusan pasal-pasal tersebut di atas, terdapat 3 (tiga) unsur yang harus dipenuhi untuk *force majeure* yaitu:

1. tidak memenuhi prestasi;
2. ada sebab yang terletak di luar kesalahan yang bersangkutan;
3. faktor penyebab itu tidak diduga sebelumnya dan tidak dapat dipertanggungjawabkan sebelumnya.

Selain itu dalam suatu *force majeure* harus dapat dibuktikan oleh orang atau pihak yang bersangkutan mengenai:

1. tidak bersalah;
2. tidak dapat memenuhi kewajibannya dengan cara lain;
3. tidak menanggung resiko.⁶

Pada fakta pembiayaan konsumen telah terjadi pergeseran konsep *force majeure*, karena perusahaan pembiayaan konsumen tidak mau tahu dengan keadaan tersebut. Seharusnya ketentuan tentang *force majeure* disesuaikan dengan ketentuan yang terdapat di dalam Buku III KUH Perdata, dan ketentuan tersebut perlu ditaati.

Perlindungan hukum bagi Perusahaan pembiayaan konsumen.

Era globalisasi membawa dampak perubahan dalam berbagai hal termasuk kemampuan dan perilaku konsumen. Kondisi tertentu dalam pembiayaan konsumen menunjukkan bahwa ternyata yang membutuhkan perlindungan hukum bukan hanya konsumen tetapi kreditur/ perusahaan pembiayaan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen pada era sekarang lebih kritis dan pandai juga “nakal” (*bad debtor*)⁷ sebagaimana telah diuraikan dalam

⁶ H.R. Daeng Naja, Seri Keterampilan merancang Kontrak Bisnis, Kontrak Drafting, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 235-236

⁷ Richard Hynes, et.all, *The Law and Economics*, (University of Chicago)

bab terdahulu bahwa pada tahap pasca kontrak posisi kreditur adalah lemah. Guna melindungi pihak kreditur/pelaku usaha maka perusahaan pembiayaan konsumen juga perlu menerapkan prinsip-prinsip umum yang berlaku dalam perkreditan. Prinsip umum dalam perkreditan adalah Formula 4P (*personality, Purpose, prospect, payment*) dan Formula 5C (*collateral, capacity, character, capital, condition of economy*). Secara umum prinsip ini sering disebut sebagai prinsip kehati-hatian (*prudential principle*).⁸ Pembiayaan konsumen seharusnya mengikuti prinsip-prinsip kehati-hatian tersebut walaupun yang digunakan tidak perlu seluruhnya namun sebagian saja yaitu cukup dengan Formula 3P dan formula 4C.

Formula 3P dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Personality,*

Perusahaan pembiayaan konsumen harus mencari data secara lengkap mengenai kepribadian calon konsumen, antara lain mengenai riwayat hidupnya, peri lakunya misalnya apakah dia menjalankan salah satu saja dari Ma 5 (istilah Jawa : Maling, Madon, Madat, Mabuk, Main) yaitu, mencuri, main perempuan, candu/*drugs*, minuman keras, berjudi. Hal ini perlu diperhatikan karena apabila seseorang melakukan hal tersebut di atas maka kejujuran dan itikad baiknya perlu dipertanyakan.

2. *Purpose,*

Perusahaan pembiayaan konsumen juga harus mencari data tentang tujuan penggunaan barang oleh calon konsumen.

3. *Payment,*

Perusahaan pembiayaan konsumen harus mengetahui dengan jelas mengenai kemampuan dari calon konsumen untuk melunasi hutangnya dalam jumlah dan jangka waktu yang telah ditentukan.

Formula 4C dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Character,*

Calon konsumen harus memiliki watak, moral dan sifat-sifat pribadi yang baik. Penilaian terhadap karakter ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kejujuran, integritas dan kemauan dari calon konsumen untuk memenuhi kewajiban dan menyelesaikan pembayaran hutangnya.

2. *Collateral,*

Jaminan untuk sarana pengamanan (*back up*), atas resiko yang mungkin terjadi atas wanprestasinya konsumen di kemudian hari, misalnya tidak bisa melunasi hutangnya. Jaminan ini diharapkan mampu melunasi sisa utang dan bunganya.

3. *Condition of Economy,*

Kondisi ekonomi secara umum dan pekerjaan/penghasilan dari calon konsumen perlu mendapatkan perhatian dari perusahaan pembiayaan konsumen untuk menghindari resiko yang mungkin terjadi yang diakibatkan oleh kondisi ekonomi tersebut.

4. *Capacity,*

Kemampuan konsumen untuk dapat melunasi hutangnya sesuai dengan jumlah dan jangka waktu yang telah ditentukan.

Selain penggunaan prinsip kehati-hatian, kreditur/perusahaan pembiayaan konsumen juga harus membina kerja sama antar perusahaan pembiayaan, sehingga bisa saling memberikan informasi tentang *bad debtor*, karena di dalam praktek pembiayaan konsumen *bad debtor* biasanya mengulangi perbuatannya dengan berpindah-pindah perusahaan pembiayaan konsumen. Bila ada kerja sama dan saling memberikan informasi tentang *bad debtor* maka perusahaan pembiayaan konsumen bisa melakukan penghadangan terhadap *bad debtor* tersebut melalui *black list*, sehingga tidak terjadi persaingan curang. Sebagaimana yang terjadi di negara-negara lain yaitu Inggris, Pakistan dan Pennsylvania, perusahaan pembiayaan konsumen wajib mempunyai sistem komputerisasi sehingga daftar dari *bad debtor* bisa diketahui oleh semua pihak/ perusahaan pembiayaan konsumen.

⁸ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.66.

DAFTAR PUSTAKA

Arthesa, Ade., dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: Indeks, 2006

Burton, Richard.

Darmawi, Herman. *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006

Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2008

Hynes, Rychard et.all, *The Law and Economics of Konsumer Finance*

Muhammad, Abdulkadir, dan Rilda Murniati. *Segi Hukum Lembaga Keuangan dan Pembiayaan*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2000

Naja, HR. Daeng. *Contract Drafting*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2006

Simatupang, Richard Burton, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003

Sunaryo. *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika. 2008