

# PELAKSANAAN ASURANSI KREDIT DI PT JASARAHARJA PUTERA DITINJAU DARI UJI KEPUASAN PENGGUNA JASA ASURANSI KREDIT

**Grace Caroline<sup>1</sup>, I Robidi S.H M.H.<sup>2</sup>, Fanny Novika M.Si.<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti, Jakarta Timur 13210, Indonesia

---

## ARTICLE INFO

---

### PBJ use only:

Received date

Revised date

Accepted date

---

### **Kata kunci (Keywords)**

*Service Quality, Corporate Image,  
Insurance Premium Price and  
Customer Satisfaction*

## ABSTRACT

---

*Indonesian people like to take credit loans from banks or other financial instances, mostly the loaned money used to start or develop their business. This condition creates the need of credit insurance to protect themselves in the event of a claim. The credit insurance product by PT Jasaraharja Putera is expected to be a solution for people in case of credit risk. By purchasing credit insurance products from PT Jasaraharja Putera, buyers will feel safe and satisfied after having insured by PT Jasaraharja Putera. This research is conducted to analyze the implementation of credit insurance at PT Jasaraharja Putera using the Credit Insurance User Satisfaction Test. The variables used in this study are independent variables, namely service quality, company image and insurance premium prices. The dependent variable is credit insurance customer satisfaction. The probability used is 10% (0.1). The data for this research is collected using questionnaires to the number of 42 respondents. At this stage of the analysis, reliability and validity tests were carried out for questionnaires that were distributed to respondents, and tested by means of a SEM model. The results and conclusions in this study indicate that based on the test using the SEM model above, there is a close relationship between the latent variable value of Service Quality (X 1*

---

© 2020 Indonesian Insurance Journal. ALL RIGHTS RESERVED

---

<sup>1</sup> Koresponden penulis :

[gracecaroline77@gmail.com](mailto:gracecaroline77@gmail.com)

DOI:

ISSN:

## A. PENDAHULUAN

Kebutuhan sering kali datang tidak terduga, meskipun sebelumnya kita sudah Mendata kebutuhan dimasa mendatang. Namun sering kali ada kebutuhan yang tidak terduga dan mendesak yang harus segera dipenuhi yang membutuhkan pendanaan. Kemudian kita melakukan pinjaman kepada bank menjadi salah satu solusi paling mudah dan praktis yang dijadikan pilihan. Dalam setiap bulannya pun kita menambah beban pengeluaran yang cukup menguras kantong. Hal yang kemudian menjadi salah satu pertimbangan ataupun kekhawatiran yang mungkin terbesar dalam benak kita yaitu apakah bisa melunasi kredit tersebut. Kekhawatiran itu juga menjadi bahan pertimbangan bagi bank umum atau lembaga pembiayaan keuangan. Jika banyak debitur yang tidak mampu melunasi beban kreditnya, tentu akan menimbulkan kerugian. Bahkan ada kemungkinan untuk gulung tikar. Namun, hal tersebut sudah tidak perlu dikhawatirkan lagi karena sekarang sudah tersedia jasa layanan asuransi kredit. Asuransi kredit merupakan salah satu produk asuransi yang diberikan kepada bank umum atau lembaga pembiayaan keuangan. Proteksi tersebut merupakan proteksi atas risiko debitur yang tidak mampu melunasi beban kredit pinjamannya. Proteksi bukan diberikan kepada debitur sebagai pihak penerima kredit dari bank umum atau lembaga pembiayaan keuangan. Namun yang menjadi pihak bertanggung adalah bank umum atau lembaga pembiayaan itu sendiri. Dunia usaha yang terus berkembang mengakibatkan peningkatan jumlah usaha di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah usaha menurut hasil sementara pendaftaran usaha Sensus Ekonomi (SE) terjadi kenaikan wirausahaan non-pertanian dari 22,7 menjadi 26,7 juta atau sebanyak 17,6% (Fauzi, 2016). Dalam membangun

usahanya, wirausahawan memerlukan modal, namun tidak semua wirausahawan mempunyai modal sendiri, sehingga wirausahawan ini akan mencari modal, salah satunya dengan melakukan kredit pada bank umum atau lembaga pembiayaan keuangan. Dengan melakukan kegiatan kredit pasti terdapat risiko yang mungkin terjadi dan manusia tidak dapat memprediksikan apa yang akan terjadi di masa mendatang. Risiko di masa yang akan datang dapat berupa sakit, kecelakaan maupun kematian. Oleh karena adanya risiko seperti itu, bank umum atau lembaga pembiayaan keuangan akan menyertakan asuransi pada setiap pinjaman atau kredit. Asuransi kredit dilakukan bertujuan untuk melindungi pemberi kredit dari kemungkinan tidak diperolehnya kembali kredit yang diberikan kepada para tertanggung dan membantu kegiatan, pengarahannya dan keamanan perkreditannya baik kredit perbankan maupun kredit diluar dari perbankan. Asuransi adalah salah satu bentuk pengendalian risiko yang dilakukan dengan cara mengalihkan atau mentransfer risiko dari satu pihak ke pihak lain, dalam hal ini adalah perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang menyediakan pertanggungan untuk melindungi nasabahnya dari berbagai macam risiko kerugian yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak pasti dengan cara membayar premi. Di Indonesia sendiri telah banyak perusahaan asuransi berdiri salah satunya yaitu PT Jasaraharja Putera, merupakan perusahaan Swasta Nasional dan anak dari perusahaan asuransi PT Jasaraharja (Persero) yang didirikan pada tanggal 27 November 1993 di Jakarta dan telah memberikan layanan asuransi yang luas kepada masyarakat di seluruh Indonesia sudah mencapai 26 tahun. PT Jasaraharja Putera memiliki jenis produk jasa yaitu terdiri dari :

1. JP-Astor adalah Asuransi Kendaraan Bermotor
2. JP-Bonding adalah Asuransi Surety Bond
3. JP-Graha adalah Asuransi Asset Bangunan
4. JP-Aspri adalah Asuransi Perlindungan Pribadi
5. JP-Askred adalah Asuransi Kredit
6. JP-Syariah
7. Asuransi ReKayasa
8. Asuransi Tanggung gugat
9. Asuransi Rangka kapal
10. Asuransi Alat berat
11. Asuransi Harta benda (Property)
12. Asuransi Pengangkutan (Cargo)

Dari berbagai macam produk asuransi diatas penulis akan membahas skripsi ini secara mendalam tentang asuransi kredit yang merupakan proteksi terhadap risiko kerugian transaksi keuangan akibat ketidakmampuan debitur mengembalikan pinjaman kepada bank yang dialami oleh produsen, distributor, sub distributor, agen akibat sejumlah piutang (outstanding amount) yang tidak dibayarkan oleh Debitur (buyers), karena mengalami protracted default dan insolvensi. Protracted Default adalah gagalnya pembayaran oleh salah satu Debitur atas sejumlah piutang tertentu dalam waktu 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal jatuh 4 tempo suatu invoice sedangkan insolvensi merupakan pernyataan pailit atas Debitur yang diputuskan oleh **pengadilan..** Objek pertanggung jawaban dalam asuransi kredit merupakan sejumlah piutang (outstanding amount) yang berasal dari transaksi perdagangan

kredit antara tertanggung (produsen, distributor, sub distributor, agen) dengan Debitur ( buyers) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Transaksi perdagangan secara kredit tersebut sifatnya berkesinambungan, dengan pengertian pemberian kredit dari produsen, distributor, sub distributor, agen kepada debitur (buyers) harus terjadi berulang kali dan terus-menerus yang akan memberikan pengaruh pada perputaran usaha.

2. Hubungan antara produsen, distributor, sub distributor, agen dengan debitur (buyers) hanya terbatas hubungan bisnis. Sesuai dengan fungsinya, bank menjadi media penghubung antara orang yang memiliki modal kemudian menyimpannya dalam bentuk produk tabungan dan menyalurkan kepada nasabah yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman kredit. Ketatnya persaingan bank dalam memenangkan hati nasabah memicu munculnya produk-produk kreatif dan inovatif perbankan baik dalam bentuk jenis maupun manfaat yang ditawarkan. Khususnya produk pinjaman atau kredit, secara umum produk kredit perbankan dibagi menjadi dua yaitu kredit konsumsi dan kredit usaha. Keduanya memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda. Kredit konsumsi ditujukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan barang konsumtif yang dimilikinya sedangkan kredit usaha diperuntukan sebagai modal untuk membuka usaha. 5 Pada beberapa bulan lalu PT Jasaraharja mendapat sebuah keluhan dari beberapa tertanggung pengguna jasa asuransi kredit karena tertanggung merasa proses klaim asuransinya berjalan lama. Hal dalam keterlambatan proses klaim ini dapat terjadi dikarenakan ada dua faktor yaitu yang pertama faktor dari tertanggung yang bisa saja lama dalam melengkapi data dan dokumen yang

diminta untuk dilengkapi oleh PT Jasaraharja Putera dan yang kedua yaitu proses klaim dapat berjalan lama dikarenakan lamanya seorang underwriter dalam proses menganalisis satu dokumen dan mensurvey lokasi para tertanggung pengguna jasa asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera. Ditambah kurangnya karyawan yang terdapat di PT Jasaraharja Putera sedangkan proses klaim asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera setiap bulannya bertambah dan membutuhkan proses yang panjang untuk melakukan klaim asuransi kredit tersebut. Hal inilah yang mendasari penulis ingin meneliti tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera. PT Jasaraharja Putera menyadari akan banyaknya pesaing dari perusahaan asuransi lain yang sejenis dalam memberikan pelayanan asuransi kredit. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan bisnisnya agar tetap dapat bertahan dengan merancang konsep pemasarannya yang tetap berkelanjutan. Salah satunya mempertahankan tertanggung yang ada dengan mela lui peningkatan kualitas pelayanan agar tertanggung merasa puas. Kepuasan tertanggung pada umumnya bergantung pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila dikaji lebih dalam, kepuasan nasabah tersebut akan berdampak lebih jauh lagi pada loyalitas tertanggung terhadap 6 lembaga perbankan. Sebagai industri jasa, setiap perusahaan asuransi harus berusaha memberikan layanan produk dan jasa yang maksimal bagi tertanggung. Suatu perusahaan asuransi harus mempunyai nilai tambah yang membuat asuransi tersebut berbeda dari asuransi lainnya, se hingga tercipta kepuasan tertanggung. Dalam kondisi ini tertanggung bukan lagi sebagai pelengkap usaha tetapi sebagai partner bagi perusahaan asuransi. Perusahaan yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari

para pesaingnya diharapkan mampu memenangkan persaingan. Dengan melakukan evaluasi dampak dari peningkatan kualitas pelayanan dengan mempertahankan tertanggung, akan membantu manajemen perusahaan memperkirakan dampak dari kualitas pelayanan terhadap posisi finansialnya. Dengan kata lain menurunnya tingkat keluhan (complain) pelayanan para tertanggung akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Apabila tertanggung menerima pelayanan yang tidak memuaskan ini merupakan indikasi bahwa mereka dimungkinkan akan meninggalkan perusahaan atau tidak akan menggunakan lagi jasa asuransi kredit yang ditawarkan perusahaan tersebut. Terjadinya penurunan pencapaian target dari perusahaan asuransi biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berpengaruh adalah jenis produk asuransi yang ditawarkan, tarif, pemasaran dan manajemen, sedangkan faktor eksternal yang ada adalah masalah perang tarif yang memang sulit dihindari di pasar asuransi serta persaingan antar perusahaan asuransi. Penelitian ini tidak mengkaji seluruh faktor, namun hanya memfokuskan diri pada beberapa aspek penting dari pemasaran yang terkait dengan 7 persaingan antar perusahaan penyedia jasa asuransi kredit sejenis yaitu aspek kualitas pelayanan, citra perusahaan tarif premi asuransi dan kepuasan nasabah.<sup>8</sup>

## **B. PERMASALAHAN**

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan permasalahan dalam penulisan

skripsi ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pelaksanaan asuransi kredit yang digunakan di PT Jasaraharja Putera ?
- b. Bagaimana pelaksanaan asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera ditinjau

dari uji kepuasan pengguna jasa asuransi kredit?

### C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pelaksanaan asuransi kredit yang digunakan di PT Jasaraharja Putera.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera.

### D. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini hanya fokus pada satu objek penelitian, objek penelitian merupakan objek yang dijadikan sasaran penelitian dan mudah bagi peneliti untuk melakukan observasi mengenai asuransi kredit. Dalam hal ini, lokasi penelitian terletak di PT Jasaraharja Putera Cabang Jakarta Mampang yang beralamat di Jalan Mampang Prapatan Raya No.100, RT.04/RW.06, Tegal Parang, Kecamatan Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12790

### E. PROSEDUR ANALISIS DATA

Adapun prosedur analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Teknik Pengumpulan Data** Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2014:193). Dalam angket tersebut terdapat komponen-komponen yang dapat dinilai oleh tertanggung untuk menilai kualitas pelayanan, citra perusahaan dan tarif premi asuransi terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian dilakukan pemberian bobot nilai.

**Teknik Analisis Data** Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai macam sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam

macam dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum 61 memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Sugiyono (2015:245) menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data.” Analisis data merupakan suatu langkah penting dalam penelitian, karena dapat memberikan makna terhadap data yang dikumpulkan oleh peneliti. Data yang diperoleh dan dikumpulkan dari responden melalui hasil observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi dilapangan untuk selanjutnya dideskripsikan dalam bentuk laporan. **Analisis Deskriptif** Menurut Sugiyono (2014:199) Analisis Deskriptif Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisa regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi..

**TEORI TERKAIT** Asuransi Kredit Asuransi kredit adalah proteksi yang diberikan oleh Asuransi kepada Bank Umum/Lembaga Pembiayaan Keuangan

atas risiko kegagalan Debitur di dalam melunasi fasilitas kredit atau pinjaman tunai (cash loan) seperti kredit modal kerja, kredit perdagangan dan lain-lain yang diberikan oleh Bank Umum/Lembaga Pembiayaan Keuangan. (Sumber : <https://www.jasaraharja-putera.co.id/>) JP Askred merupakan produk asuransi kredit perdagangan yang memberikan jaminan atas risiko kerugian dalam transaksi perdagangan yang dialami oleh produses, distributor, sub-distributor, agen akibat sejumlah piutang yang tidak dibayarkan oleh debitur karena mengalami 13 protected default (gagalnya pembayaran oleh debitur dalam jangka waktu 6 bulan sejak tanggal jatuh tempo suatu faktur) dan insolvensi (pernyataan pailit oleh pengadilan).

### C.PEMBAHASAN

Asuransi Berikut ini merupakan beberapa teori terkait dengan Asuransi : 2.1.1 Pengertian Asuransi Berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 2014 asuransi merupakan perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerima premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk:

- a. Memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti
- b. . b. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya

telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana. Selain pengertian menurut Undang-Undang, ada beberapa pengertian yang dikemukakan menurut para ahli yaitu sebagai berikut ini: Menurut M. Nur Rianto (2012:212) Asuransi merupakan sebuah mekanisme perlindungan terhadap pihak tertanggung apabila mengalami risiko di masa yang akan datang dimana pihak tertanggung akan membayar premi guna mendapatkan ganti rugi dari pihak penanggung. Menurut, Julius R. Latumaerissa (2011:447) mendefinisikan asuransi sebagai suatu perjanjian dimana terdapat pihak tertanggung yang membayar premi kepada pihak penanggung guna mendapatkan penggantian karena suatu keinginan, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang telah diharapkan yang kemungkinannya tidak pasti akan terjadi dimasa yang akan datang. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa asuransi merupakan suatu mekanisme perlindungan terhadap harta yang dimiliki dimana didalamnya terdapat pihak tertanggung yang membayar sejumlah dana kepada pihak penanggung guna mendapatkan penggantian rugi atas risiko yang mungkin akan terjadi dimasa yang akan datang.

### 2.2 Asuransi Kredit

Asuransi kredit adalah proteksi yang diberikan oleh Asuransi kepada Bank Umum/Lembaga Pembiayaan Keuangan atas risiko kegagalan Debitur di dalam melunasi fasilitas kredit

atau pinjaman tunai (cash loan) seperti kredit modal kerja, kredit perdagangan dan lain-lain yang diberikan oleh Bank Umum/Lembaga Pembiayaan Keuangan. (Sumber : <https://www.jasaraharja-putera.co.id/>) JP Askred merupakan produk asuransi kredit perdagangan yang memberikan jaminan atas risiko kerugian dalam transaksi perdagangan yang dialami oleh produsen, distributor, sub-distributor, agen akibat sejumlah piutang yang tidak dibayarkan oleh debitur karena mengalami protected default (gagalnya pembayaran oleh debitur dalam jangka waktu 6 bulan sejak tanggal jatuh tempo suatu faktur) dan insolvensi (pernyataan pailit oleh pengadilan).

2.2.1 Pengertian Kredit Kredit menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam – meminjam antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

2.2.2 Fungsi kredit Fungsi kredit menurut Rachmat Firdaus (2009 : 5) secara umum adalah pemenuhan jasa untuk melayani kebutuhan masyarakat (to serve the society) dalam rangka mendorong dan melancarkan perdagangan, mendorong dan melancarkan

produksi, jasa – jasa dan bahkan konsumsi yang kesemuanya itu pada akhirnya ditujukan untuk menaikkan taraf hidup rakyat banyak. Selain itu, fungsi – fungsi kredit adalah sebagai berikut :

1. Kredit dapat memajukan arus tukar menukar barang-barang dan jasa-jasa.
2. Kredit dapat mengaktifkan alat pembayaran yang idle.
3. Kredit dapat menciptakan alat pembayaran yang baru.
4. Kredit sebagai alat pengendalian harga.

5. Kredit dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat potensi-potensi ekonomi yang ada.

2.2.3 Manfaat kredit Manfaat kredit Bank menurut Rachmat Firdaus (2009 : 6) cukup banyak apabila dilihat dari berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholder) sebagai berikut :

1. Manfaat kredit Bank bagi debitur
  - a. Untuk meningkatkan usaha debitur.
  - b. Relatif mudah diperoleh apabila usaha debitur layak untuk dibiayai (feasible).
  - c. Biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh kredit bank (provisi dan bunga) relatif murah.
  - d. Terdapat berbagai jenis kredit yang diseduakan oleh bank.
  - e. Jangka waktu kredit dapat disesuaikan dengan kebutuhan calon debitur.
2. Manfaat kredit bagi Bank
  - a. Memperoleh pendapatan berupa bunga yang diterima dari debitur.
  - b. Rentabilitas Bank akan membaik karena perolehan laba yang meningkat.
  - c. Dapat memasarkan produk – produk / jasa – jasa Bank lainnya.
3. Manfaat kredit bagi pemerintah / negara

- a. Dipergunakan sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
  - b. Dijadikan alat / piranti pengendalian moneter.
  - c. Menciptakan dan meningkatkan lapangan usaha dan lapangan kerja.
  - d. Menciptakan dan meningkatkan pemerataan pendapatan masyarakat.
4. Manfaat kredit bagi masyarakat luas
- a. Mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat.
  - b. Memberikan rasa aman dan ketenangan bagi pihak yang terlibat. Unsur-Unsur Kredit Unsur-unsur dalam pemberian kredit menurut Kasmir (2012 : 83) sebagai berikut :
1. Kepercayaan, yaitu keyakinan dari pemberian kredit bahwa prestasi yang diberikannya baik dalam bentuk uang, barang atau jasa, akan benar – benar diterimanya kembali dalam jangka waktu tertentu di masa yang akan datang.
  2. Objek, yaitu uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu
  3. Waktu, yaitu suatu masa yang memisahkan antara pemberian kredit dengan pembayaran yang akan diterima kembali oleh bank di masa yang akan datang.
  4. Konsekuensi, yaitu kemungkinan bank tidak dapat menagih kembali kredit yang diberikannya karena tidak ada satu orang pun yang dapat memastikan keadaan masa depan.
  5. Kreditur, adalah pihak yang memberikan pinjaman (kredit).
  6. Debitur, adalah pihak yang menerima pinjaman (kredit).
- 2.2.5 Prinsip Pemberian Kredit Sebelum suatu fasilitas kredit diberikan, maka bank harus merasa yakin terlebih dahulu bahwa kredit yang diberikan benar – benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian kredit sebelum kredit tersebut disalurkan. Penilaian kredit oleh bank dapat dilakukan dengan berbagai prinsip untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya. Prinsip

– prinsip penilaian kredit yang sering dilakukan menurut Kasmir (2012 : 101) yaitu dengan analisis 5C dan analisis 7P adalah sebagai berikut : Prinsip pemberian kredit dengan analisis dengan 5C kredit adalah sebagai berikut :

1. Character Pengertian Character adalah sifat atau watak debitur. Tujuannya adalah memberikan keyakinan kepada bank bahwa sifat atau watak dari orang – orang yang akan diberikan kredit benar – benar dapat dipercaya. Character merupakan ukuran untuk menilai “kemauan” nasabah membayar kreditnya.
  2. Capacity (Capability) Capacity adalah untuk melihat kemampuan calon nasabah dalam membayar kredit yang dihubungkan dengan kemampuannya mengelola bisnis serta kemampuannya mencari laba. Sehingga akan terlihat kemampuannya dalam mengembalikan kredit yang disalurkan.
  3. Capital Capital adalah untuk mengetahui sumber – sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank.
  4. Collateral Collateral adalah jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Fungsi jaminan adalah sebagai pelindung bank dari resiko kerugian.
  5. Condition Condition adalah menilai kredit dari kondisi ekonomi sekarang dan untuk di masa datang sesuai sektor masing – masing. Sementara itu, prinsip pemberian kredit dengan analisis dengan 7P kredit adalah sebagai berikut :
1. Personality Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari – hari maupun masa lalunya.
  2. Party Yaitu mengklasifikasi nasabah ke dalam klasifikasi tertentu atau golongan – golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas, serta karakternya, sehingga nasabah dapat digolongkan ke golongan tertentu dan



akan mendapat fasilitas kredit yang berbeda pula dari bank.

3. Purpose Yaitu untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah

4. Prospect Yaitu untuk menilai usaha nasabah di masa yang akan datang apakah menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya.

5. Payment Yaitu ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit yang diperolehnya.

6. Profitability Yaitu untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba.

7. Protection Yaitu bagaimana menjaga kredit yang dikucurkan oleh bank, tetapi melalui suatu perlindungan yang dapat berupa jaminan barang atau orang atau jaminan asuransi.

2.2.6 Jenis-Jenis Kredit Menurut Kasmir (2012 : 85) secara umum jenis – jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi antara lain :

1. Dilihat dari segi kegunaan. Kredit investasi Yaitu kredit yang biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek / pabrik baru dimana masa pemakaiannya untuk suatu periode yang relatif lebih lama dan biasanya kegunaan kredit ini adalah untuk kegiatan utama suatu perusahaan.

b. Kredit modal kerja Yaitu kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya.

2. Dilihat dari segi tujuan kredit

a. Kredit produktif Yaitu, kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Artinya, kredit ini digunakan untuk diusahakan sehingga menghasilkan sesuatu baik berupa barang maupun jasa.

b. Kredit konsumtif Yaitu, kredit yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada perambahan barang dan jasa yang dihasilkan karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha.

c. Kredit perdagangan Yaitu, kredit yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Biasanya diberikan kepada supplier atau agen – agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah tertentu.

3. Dilihat dari segi jangka waktu

a. Kredit Jangka Pendek Yaitu, kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama satu tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.

b. Kredit Jangka Menengah Yaitu, kredit yang jangka waktunya berkisar antara 1 satu tahun sampai dengan tiga tahun, kredit jenis ini dapat diberikan untuk modal kerja..

c. Kredit Jangka Panjang Yaitu, kredit yang masa pengembaliannya paling panjang, yaitu di atas 3 tahun atau 5 tahun. Biasanya kredit ini digunakan untuk investasi jangka panjang seperti perkebunan karet, kelapa sawit, atau manufaktur dan juga untuk kredit konsumtif seperti kredit perumahan.

4. Dilihat dari segi jaminan

a. Kredit Dengan Jaminan Yaitu, kredit yang diberikan dengan suatu jaminan tertentu. Jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud atau tidak berwujud. Artinya, setiap kredit yang dikeluarkan akan dilindungi senilai jaminan yang diberikan si calon debitur.

b. Kredit Tanpa Jaminan Yaitu, kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha, karakter, serta loyalitas si calon debitur

selama berhubungan dengan bank yang bersangkutan.

5. Dilihat dari segi sektor usaha

a. Kredit Pertanian Yaitu, kredit yang dibiayai untuk sektor perkebunan atau pertanian rakyat. Sektor usaha pertanian dapat berupa jangka pendek atau jangka panjang.

b. Kredit Peternakan Yaitu, kredit yang diberikan untuk jangka waktu yang relatif pendek misalnya, peternakan ayam dan untuk kredit jangka panjang seperti kambing atau sapi.

#### **D.KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dijelaskan pada penelitian ini adalah pernyataan yang dibuat berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dari kegiatan menganalisis dan menginterpretasikan data hasil perhitungan variabel X1 yaitu kualitas pelayanan, X2 yaitu citra perusahaan, X3 harga premi asuransi dan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan pengguna jasa asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera. Oleh karena itu, kesimpulan dalam penelitian ini merupakan suatu pernyataan ilmiah yang didasarkan pada hasil analisis tersebut. Hasil penelitian tersebut diperoleh peneliti dari proses penelitian data dengan metode yang telah ditentukan. Jadi, hasil penelitian ini bersifat benar dan faktual. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan: Proses pelaksanaan pengajuan asuransi kredit dan klaim asuransi kredit yang digunakan di PT Jasaraharja Putera sudah sesuai standar internal perusahaan karena sudah melewati pengecekan data melalui underwriter dan wawancara langsung kepada tertanggung sebelum pengajuan asuransi kredit dan pengajuan klaim asuransi kreditnya di terima oleh perusahaan. Mungkin masih terdapat kekurangan didalam proses klaim asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera yaitu dengan banyaknya tertanggung yang mengajukan klaim asuransi kredit

membuat karyawan kewalahan dan sering terjadi keterlambatan ataupun lama didalam proses klaim asuransi kepada tertanggung. Hal inilah yang harus mulai ditingkatkan lagi oleh PT Jasaraharja Putera agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap kepuasan tertanggung pengguna jasa asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera.

#### **E.SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bagi pengguna jasa asuransi kredit di PT Jasaraharja Putera adalah sebagai berikut :

1. PT Jasaraharja Putera hendaknya selalu berupaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya, dengan cara karyawan harus meningkatkan kinerja dan profesionalismenya dalam bekerja untuk mendukung terciptanya kepuasan pelanggan.
2. Guna mengoptimalkan pangsa pasar dan tingkat penjualan produknya, maka pihak PT Jasaraharja Putera hendaknya menetapkan kebijakan tarif atau harga premi secara efektif yang dapat memuaskan bagi pelanggan dan mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.
3. Pihak manajemen PT Jasaraharja Putera hendaknya selalu berupaya menciptakan image yang baik di kalangan masyarakat ataupun pelanggan terhadap perusahaan, agar kepuasan pelanggan lebih ditingkatkan lagi di masa mendatang.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

Undang-Undang Dasar 40 Tahun 2014  
Tentang Perasuransian.

Undang-Undang Perbankan Nomor 10  
Tahun 1998 Tentang Perbankan.

- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 124/PMK.010/2008 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Lini Usaha Asuransi Kredit dan Suretyship dalam pasal 1 ayat 2.
- Aaker, David A. dalam Aris Ananda 2011. *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Spektrum Mitra Utama.* Jakarta.
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Andi, P. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian.* Jogjakarta : Ar- Ruzz Media .
- Arief, M. (2007). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan : Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan.* Malang: PT Bayu Media Publishing.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variabels.* Amerika: John Wiley & Sons Inc.
- Buchari, A. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.
- Chandra, T. d. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction.* Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Farida, J. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu (Edisi Kedua).* Ghalia: Jakarta.
- Hair, e. a. (2010). *Cronbach Alpha.*
- Hasibuan, M. S. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty.
- J, S. W. (2002). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi ke 3 .* Jakarta : Erlangga.
- J. F Hair, A. R. (2006). *Multivasion Data Analysis Six Edition.* New Jersey: Pearson Educational, Inc.
- Kasmir. (2002). *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2012). *Dasar-Dasar Perbankan .* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, A. &. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 12.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia .* Jakarta: PT Prehallindo .
- Kotler, A. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12.* Penerbit Erlangga.
- Kotler, A. A. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid II .* Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia .
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi kesebelas.* Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Latumaerissa, J. R. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain.* Jakarta: Salemba Empat .
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management).* Bogor: Ghalia Indonesia .
- Ogi, S. (2011). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas.
- Paul, O. R., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service Operations Allyn and Bacon.* Boston.

- Rachmat, F. (2009). Manajemen Perkreditan Bank Umum. Jakarta: Alfabeta.
- Rambat, L. &. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2009). The Power of Brands. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Rhenald, K. (2005). Sembilan Fenomena Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto, M. N. (2012). Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Roslina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya.
- Santoso, S. (2011). Structural Equation Modelling Konsep dan Aplikasi dengan AMOS18. Jakarta: PT Elexmedia Komputindo.
- Soleh, S. &. (2002). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Stanton. (2004). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi ke 3 . Jakarta : Erlangga .
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D . Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D . Bandung : Alfabeta.
- Sutisna, T. (2006). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sutojo, S. (2004). Membangun Citra Perusahaan . Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- The, G. L. (2016). Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan dan Penelitian,. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). Strategi Pemasaran . Yogyakarta: Andi Oddest.
- Umar, H. (2010). Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pusat.
- Wijanto, S. (2008). Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8. 8 Konsep dan Tutorial. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yamit. (2010). Management of Service Operations. Boston: Ally and Bacon.
- Zeithaml, B. (2019). “Servqual : Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”*Journal of Retailing* , 12-37.
- Adisaputro, Aristyo, Sri Suryoko, and Hari Susanta Nugraha. "Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 2.3 (2013): 122-130. Diakses pada tanggal 12 Desember 2019.
- Hidayatillah, Intan, Sri Suryoko, and Bulan Prabawani. "Pengaruh Kualitas

- Pelayanan, Reputasi, Dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Bumiputera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4.1 (2015): 21-31. Diakses pada tanggal 25 Januari 2020.
- Okidarsyah, Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Switching Barrier dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di Perusahaan Asuransi Kerugian)." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi VIII*. 2008. Diakses pada tanggal 10 Februari 2020.
- Oktari, Indah, Stefanus P. Nugroho, and Hariyani Hariyani. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi (Studi Kasus Pada PT Allianz Life Cabang Pangkalpinang)." *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis* 24.2 (2018): 26-36. Diakses pada tanggal 5 Desember 2019.
- Siburian, Tri Maduma, Nawazirul Lubis, and Hari Susanta Nugraha. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 1.1 (2013): 298-308. Diakses pada tanggal 15 Februari 2020.
- (Diakses pada 21 November 2019 Pukul 10.30). Retrieved from Jasaraharja Putera:  
<https://www.jasaraharja-putera.co.id/>  
(Diakses pada 9 Desember 2019 pukul 14.00). Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/.html>