

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Melakukan *Take Over* Kredit Di Bank Woori Saudara KC Jember

Siti Indah Purwaning Yuwana¹, Khaerunnisa², Feni Damayanti³

¹ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamd Siddiq Jember

¹indah.yuwana@gmail.com , ²khaerunnisa621@gmail.com, ³fenidamayanti3978@gmail.com

Abstract Take over credit is a strategy used by customers to obtain more profitable financing facilities. This research aims to identify the factors that influence customers' decisions in taking over credit at Bank Woori Saudara KC Jember. The method used is a qualitative method with a literature review approach and participatory methods. The research results show that interest rates, take over costs, service quality and bank reputation are significant factors in influencing customers' decisions to take over credit at Bank Woori Saudara KC Jember.

Key Word: bank, credit, *take over*

Abstrak :

Take over kredit merupakan strategi yang digunakan nasabah untuk memperoleh fasilitas pembiayaan yang lebih menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan take over kredit di Bank Woori Saudara KC Jember. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan literature review dan metode partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor suku bunga, biaya mengenai take over, kualitas pelayanan, dan reputasi bank menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan take over kredit di Bank Woori Saudara KC Jember.

Kata Kunci: bank, kredit, *take over*

PENDAHULUAN

Peran bank dalam ekonomi sangat penting karena membantu dalam perdagangan dan pembayaran, baik di dalam maupun diluar negeri, serta dalam menarik dana dari masyarakat untuk investasi dan pertumbuhan ekonomi. Sebagai industri jasa besar, bank memiliki peran krusial, terutama dalam era modern saat ini (Siti Indah dkk,2024). Pada saat ini banyak sekali macam-macam lembaga keuangan yang menyediakan berbagai produk salah satunya menawarkan produk Landing seperti pinjaman ataupun kredit dan layanan jasa seperti transfer, kartu kredit, Automated Teller Machine (ATM) dan Kliring. Dalam era persaingan perbankan yang semakin ketat, lembaga keuangan terus berupaya menarik nasabah melalui berbagai strategi. Kredit atau pinjaman merupakan salah satu produk yang terdapat pada lembaga perbankan dan merupakan salah satu strategi yang digunakan perbankan untuk menarik banyak nasabah.

Dalam era persaingan perbankan *take over* kredit menjadi salah satu strategi yang umum dilakukan oleh bank untuk menarik nasabah baru dan meningkatkan portofolio kredit. *Take over* kredit adalah proses pengalihan kredit dari satu bank ke bank lain. Bank Woori Saudara KC Jember merupakan salah satu lembaga perbankan yang menyediakan produk layanan *take over* kredit. Produk layanan *take over* dalam Bank Woori Saudara meliputi *take over* pinjaman kepada pegawai dan pensiunan dengan menggunakan produk Kredit MIX yaitu KUPEG (Kredit Pegawai), KUPEN HYBRID (Kredit Pra Pensiun), Kredit THT (Kredit Tunjangan Hari Tua), dan KUPEN (Kredit untuk Pensiunan).

Layanan *take over* pinjaman/kredit pensiun ini merupakan salah satu inovasi yang dihadirkan oleh PT. Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk Kantor Cabang Jember dalam menarik minat calon nasabah. Layanan *take over* kredit ini diperuntukkan bagi para pensiunan (baik Pensiunan Taspen atau Pensiunan Asabri) atau para pegawai yang akan memindahkan pinjaman/kreditnya dari bank lain ke Bank Woori Saudara KC Jember. Penggunaan jenis kredit ini adalah untuk usaha-usaha produktif (kredit investasi dan kredit modal kerja), yang dapat mendukung sektor riil dalam kehidupan perekonomian masyarakat.

Dalam menentukan hal tersebut nasabah memiliki beberapa faktor dalam mengambil keputusan jenis *take over* yang seperti apa yang akan diambil oleh nasabah. Faktor - faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan *take over* kredit dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memilih Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember sebagai tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat dan memilih judul : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Melakukan *Take over* Kredit di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember**. Dari judul tersebut diharapkan dapat lebih jelas

memahami serta mempelajari terkait faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan *take over* kredit.

METODE

Metode yang digunakan oleh penulis dalam melakukan pengabdian masyarakat adalah metode kualitatif dengan pendekatan literature review dan metode partisipatif. Dalam pendekatan literature review peneliti mengumpulkan referensi dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu untuk melengkapi jurnal ini. Studi literatur review dipakai untuk menghimpun data yang berhubungan dengan topik penelitian dari berbagai sumber, baik jurnal, buku, dokumentasi, internet dan pustaka. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penulisan (Nursalam, 2016). Penelitian review bertujuan untuk memperoleh landasan teori yang dapat mendukung penyelesaian masalah yang sedang diteliti. Teori yang diperoleh menjadi langkah awal bagi peneliti untuk lebih memahami masalah yang sedang diteliti dengan tepat sesuai dengan kerangka berfikir ilmiah.

Metode partisipatif merupakan salah satu metode yang gunakan oleh penulis yang mana juga ikut andil dan berpartisipasi secara aktif untuk membantu pekerjaan di Bank Woori Saudara KC Jember. Menurut pendapat Suryono (2001:124) partisipasi merupakan ikut sertanya masyarakat dalam pembangunan, ikut dalam kegiatan pembangunan dan ikut memanfaatkan dan menikmati hasil-hasil pembangunan. Pengambilan data dilakukan melalui proses dokumentasi, wawancara, dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk didirikan pada tahun 1906 dengan nama awal Himpoenan Saudara sebagai cikal bakal PT Bank Himpuenan Saudara 1906, Tbk. Perkumpulan Himpoenan Saudara secara resmi mendapatkan izin untuk melakukan kegiatan usaha sebagai Bank Tabungan pada tahun 1955, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.249.542/U.M II tertanggal 11 November 1955. Pada awal tahun 2014 Bank menjalin kerja sama strategis dengan Woori Bank Korea. Kerja sama tersebut ditandai dengan masuknya Woori Bank Korea dan PT Bank Woori Indonesia (anak perusahaan dari Woori Bank Korea di Indonesia) sebagai pemegang saham Bank. Perubahan susunan pemegang saham tersebut dilakukan melalui proses pengalihan saham milik Ir. Arifin Panigoro dan PT Medco Intidanimika kepada Woori Bank Korea dan PT Bank Woori Indonesia, sebagaimana tercantum dalam Akta No. 66 tertanggal 28 Januari 2014. Dengan telah efektifnya penggabungan usaha, nama PT Bank Himpuenan Saudara 1906 Tbk berubah menjadi "PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk" berdasarkan Akta No. 42 tertanggal 24 Desember 2014.

Bank Woori Saudara KC Jember berdiri pada bulan Oktober Tahun 2016 yang merupakan salah satu cabang dari pusat dan terletak di Jl. Gajah Mada No.301 Ruko Gajah Mada Square Blok A2-3, Kel. Kaliwates, Kec. Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Sebagai salah satu lembaga keuangan di Indonesia, Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember juga memiliki beberapa produk simpanan dan pembiayaan.

Take over Kredit

Pengetian Take over

Take over berasal dari bahasa Inggris yang berarti *take* artinya mengambil dan *over* artinya mengalihkan, sehingga dapat diartikan definisi dari *take over* adalah pengambil alihan. *Take over* kredit adalah proses pengalihan kredit dari satu bank ke bank lain. Pada dasarnya definisi dari *Take over* sendiri adalah suatu tindakan aktif dari bank dimana bank memiliki hak untuk melakukan pengambil alihan kredit debitur dari bank yang lama kepada bank yang baru. Tindakan ini digunakan sebagai tujuan untuk melakukan pembayaran kepada kreditur yang lama, akan tetapi tidak membebaskan debitur untuk membayarkan hutangnya kepada kreditur yang baru.

Dalam buku Management Kredit Bank mengatakan bahwa *take over* adalah suatu istilah yang dipakai di dalam dunia perbankan dimana pihak ketiga memberi kredit kepada debitur dengan tujuan untuk melunasi hutang kepada kreditur awal dan memberikan kredit baru kepada debitur sehingga kedudukan pihak ketiga ini menggantikan kedudukan kreditur awal.

Tujuan dari penggunaan dari fasilitas pembiayaan *take over* adalah untuk mengambil alih kredit yang telah diberikan sebelumnya oleh bank lain ke nasabah yang bersangkutan. Transaksi ini umumnya dilakukan untuk memperoleh suku bunga yang lebih rendah atau syarat kredit yang lebih menguntungkan. Proses *over* kredit hanya melibatkan pembayaran kredit dari peminjam lama ke peminjam baru, tetapi tetap membutuhkan persetujuan dari bank.

1. Segmentasi Take over Kredit

Bank Woori Saudara KC Jember merupakan salah satu lembaga perbankan yang menyediakan layanan *take over* kredit. Produk layanan tersebut meliputi *take over* kredit untuk pensiunan dan pegawai yaitu: KUPEN (Kredit Untuk Pensiunan) Merupakan pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada pensiunan. KUPEG (Kredit Pegawai) Merupakan pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada pegawai yang masih aktif. KUPEN HYBRID (Kredit Prapensiun) Merupakan pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada calon Pensiunan. KREDIT THT (Tunjangan Hari Tua) Merupakan pinjaman yang diberikan Bank Woori Saudara kepada pensiunan yang memiliki tunjangan di hari tua.

Pada umumnya, Bank Woori Saudara menawarkan layanan *take over* dengan persyaratan yang lebih fleksibel, tergantung pada jenis kredit dan segmen pasar yang ditargetkan. Selain itu, proses pengalihan kredit ini juga sering kali

disertai dengan evaluasi kelayakan kredit oleh bank untuk memastikan kemampuan peminjam dalam melunasi pinjaman yang di alihkan.

Pentingnya strategi pemasaran yang dilakukan Bank Woori Saudara KC Jember untuk dapat terus ditingkatkan agar dapat memperluas jaringan masyarakat dalam mengenal produk layanan *take over* kredit yang ditawarkan. Adanya kerjasama antara kualitas produk yang ditawarkan dengan strategi pemasaran yang dilakukan akan berpengaruh baik dalam meningkatkan jumlah minat nasabah untuk memilih produk layanan *take over* yang ditawarkan. Pemasaran tampaknya menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya jumlah bank yang menawarkan produk kredit serupa. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang intensif seperti promosi dan produk yang berkualitas, diharapkan konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Take over kredit pada Bank Woori Saudara KC Jember memiliki segmentasi pasar yang luas. Pihak bank dalam melakukan *take over* kredit lebih mengutamakan orang-orang yang memiliki penghasilan tetap dan cenderung stabil. Seperti TNI/POLRI, PNS, dan pensiunan yang mana setiap bulannya memiliki penghasilan tetap dan stabil.

2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Melakukan *Take Over* Kredit

Bank Woori Saudara merupakan salah satu bank yang menyediakan layanan produk *take over* kredit. Dalam pengambilan keputusan tersebut nasabah memiliki faktor-faktor tersendiri ketika menyetujui *take over* kredit dilakukan. Faktor – faktor tersebut bisa dilihat dalam beberapa hal berikut:

- **Suku Bunga yang Lebih Rendah:** Ini adalah alasan utama bagi banyak nasabah. Jika bank lain menawarkan suku bunga yang lebih rendah, nasabah dapat menghemat banyak uang dalam jangka panjang.
- **Jangka Waktu Pinjaman yang Lebih Fleksibel:** Nasabah mungkin ingin memperpanjang atau memperpendek jangka waktu pinjaman mereka. *Take over* memungkinkan mereka untuk menyesuaikan jangka waktu pinjaman dengan kebutuhan mereka.
- **Biaya Bulanan yang Lebih Rendah:** Menggabungkan pinjaman atau mendapatkan suku bunga yang lebih rendah dapat menurunkan pembayaran bulanan nasabah.
- **Kebutuhan Finansial:** Perubahan dalam situasi keuangan pribadi, seperti peningkatan pendapatan atau kebutuhan dana tambahan, dapat mendorong nasabah untuk mencari opsi pinjaman yang lebih menguntungkan.
- **Layanan dan Fasilitas yang Lebih Baik:** Beberapa bank menawarkan layanan dan fasilitas yang lebih baik, seperti aplikasi *mobile banking* yang lebih canggih atau layanan pelanggan yang lebih responsif.
- **Keinginan untuk Beralih ke Prinsip Syariah:** Bagi nasabah yang mengutamakan prinsip-prinsip syariah, *take over* dapat menjadi cara untuk memindahkan pinjaman mereka ke bank syariah.
- **Promosi dan Penawaran Menarik:** Bank sering kali menawarkan promosi dan penawaran menarik untuk menarik nasabah baru, seperti bebas biaya administrasi atau cashback.

Nasabah perlu mempertimbangkan apakah *take over* kredit tersebut baik untuk dilanjutkan apa tidak. Selain faktor-faktor utama diatas perlu diperhatikan juga terkait faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan dalam mengambil *take over* kredit.

❖ Faktor – Faktor Internal

1. Kebutuhan dan Motivasi:

Perubahan kebutuhan finansial, seperti keinginan untuk mengurangi beban cicilan bulanan atau mendapatkan dana tambahan. Motivasi diperlukan untuk mendapatkan suku bunga yang lebih rendah atau jangka waktu pinjaman yang lebih fleksibel. Dan perubahan gaya hidup atau prioritas keuangan juga dapat mempengaruhi nasabah dalam pengambilan *take over* kredit.

2. Kondisi Keuangan Pribadi:

Kemampuan finansial untuk membayar cicilan bulanan dengan lancar. Adanya perubahan pendapatan atau pengeluaran dan ketersediaan dana untuk membayar biaya-biaya yang terkait dengan *take over*.

3. Psikologis dan Perilaku:

Persepsi terhadap risiko dan manfaat dari *take over*. Tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan atau pihak bank yang menawarkan *take over*. Pengalaman pribadi dengan produk dan layanan keuangan juga dapat mempengaruhi keputusan dalam mengambil *take over*

4. Pengetahuan dan Pemahaman:

Tingkat pemahaman nasabah mengenai produk keuangan yang di tawarkan oleh bank. Kemampuan nasabah dalam menganalisa perhitungan dari *take over* yang di tawarkan oleh Lembaga keuangan atau pihak bank.

❖ Faktor – Faktor Eksternal

Nasabah dalam mengambil keputusan selain faktor internal juga terdapat beberapa faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi nasabah.

1. Kondisi ekonomi :

Hal ini dapat dilihat dari kondisi ekonomi saat ini. Kondisi ekonomi dapat meliputi beberapa poin yaitu yang mana suku bunga pasar yang berlaku, tingkat inflasi dan kondisi stabilitas ekonomi. Kondisi dapat mempengaruhi

2. Persaingan Antar Lembaga Keuangan:

Penawaran suku bunga yang lebih rendah atau promosi menarik dari bank lain. Kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh bank lain. Reputasi dan kredibilitas lembaga keuangan.

3. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah:

Peraturan terkait dengan *take over* kredit. Kebijakan suku bunga yang ditetapkan oleh bank sentral.

4. Faktor Sosial dan Budaya:

Pengaruh dari keluarga, teman, atau lingkungan sosial. Nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.

5. Pemasaran:

Promosi yang dilakukan oleh pihak bank. Penempatan produk yang dilakukan pihak bank dalam melakukan promosi untuk menarik nasabah.

Kondisi ekonomi yang stabil dan menguntungkan cenderung mendorong nasabah untuk mengambil keputusan *take over* kredit yang menguntungkan mereka. Sebaliknya, ketidakpastian ekonomi dapat membuat nasabah lebih berhati-hati dan menunda keputusan tersebut.

Loyalitas pelanggan setelah *take over* merupakan aspek krusial bagi keberlanjutan bisnis. Ada berbagai faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, dan faktor-faktor ini dapat bervariasi tergantung pada segmen pasar. Berikut adalah beberapa faktor utama:

1. Kualitas Layanan dan Produk:

Pelanggan mengharapkan kualitas produk atau layanan yang konsisten setelah *take over*. Perubahan negatif dalam kualitas dapat dengan cepat mengurangi loyalitas. Jika *take over* menghasilkan peningkatan layanan atau penawaran produk yang lebih baik, ini dapat meningkatkan loyalitas.

2. Kepuasan Pelanggan:

Pengalaman pelanggan yang positif dengan proses *take over*, termasuk komunikasi yang jelas dan transparan, sangat penting. Kemampuan perusahaan untuk menangani keluhan dan masalah dengan cepat dan efektif dapat memengaruhi loyalitas.

3. Kepercayaan dan Reputasi:

Pelanggan perlu merasa percaya pada merek baru setelah *take over*. Reputasi perusahaan yang mengakuisisi memainkan peran penting. Komunikasi yang transparan tentang perubahan dan manfaat *take over* dapat membangun kepercayaan.

4. Faktor Emosional:

Hubungan emosional yang kuat antara pelanggan dan merek dapat mempertahankan loyalitas bahkan selama perubahan. Jika nilai-nilai perusahaan baru selaras dengan nilai-nilai pelanggan, ini dapat memperkuat loyalitas.

5. Program Loyalitas dan Insentif:

Program loyalitas yang menawarkan manfaat yang relevan dan menarik dapat mempertahankan pelanggan. Insentif seperti diskon, hadiah, atau layanan eksklusif dapat mendorong loyalitas.

KESIMPULAN

Bank Woori Saudara merupakan Lembaga keuangan yang menyediakan layanan funding salah satu produknya yaitu *take over* kredit. Yang mana *take over* kredit ini diperuntukan untuk para nasabah yang memiliki penghasilan stabil dan tetap, produk layanan tersebut berupa KUPEN kredit untuk pensiunan, KUPEG diperuntukan untuk kredit para pegawai, KUPEN Hybrid kredit untuk prapensiun dan KREDIT THT kredit ini diperuntukan untuk para orang-orang yang memiliki tunjangan pada masa tua. *Take over* kredit pada Bank Woori Saudara memiliki pangsa pasar yang diperuntukan kepada para pegawai atau orang memiliki penghasilan tetap dan cenderung stabil. Seperti para PNS dan TNI/POLRI atau Pensiunan yang mana memiliki penghasilan setiap bulannya.

Nasabah ketika melakukan keputusan *take over* perlu mempertimbangkan beberapa faktor tertentu yang dapat mempengaruhi dalam pelaksanaan *take over* dapat berlanjut atau tidak. Faktor – faktor tersebut bisa meliputi faktor internal maupun eksternal yang mana faktor eksternal juga bisa ditimbulkan dari faktor sosial maupun budaya dan ekonomi. Ketika *take over* berhasil dilakukan, nasabah akan memiliki rasa loyalitas terhadap pihak bank. Loyalitas pelanggan setelah *take over*

merupakan aspek krusial bagi keberlanjutan bisnis. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan faktor-faktor ini dapat bervariasi tergantung pada segmen pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta kebaikannya sehingga penyusun sanggup menyelesaikan hingga menyusun jurnal sesuai tanggal waktu yang ditentukan. Dalam penyusunan jurnal ini, penulis mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Siti Indah Purwaning Yuwana, M.M., selaku dosen pembimbing lapangan, dan teman teman yang telah membantu didalam penyusunan jurnal penelitian ini. Sehingga jurnal ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulis juga berterimakasih kepada Bank Woori Saudara KC Jember yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian ini sehingga penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nurhakim, F. P. (2023, Juli 10). *Bank: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-Jenis Bank*. Diambil kembali dari Quipper Blog: <https://www.quipper.com/id/blog/mapel/ekonomi/bank-pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenis-bank/> (diakses pada 17 Februari 2025)
- Ana Pratiwi, Kuni Zakiyyatul Laila, & Daru Anondo. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, 61-63.
- Farkhan, M. A. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Bank Woori Saudara Kc Solo*. Diambil kembali dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/93202/Analisis-Strategi-Pemasaran-Produk-Tabungan-Bank-Woori-Saudara-Kc-Solo>
- LESTARI, B. (2023, September 13). *Mengenal Take over Kredit dan Berbagai Pertimbangan Sebelum Malakukannya*. Diambil kembali dari BPRLESTARI: <https://bprlestari.com/berita-lestari/mengenal-take-over-kredit-dan-berbagai-pertimbangan-sebelum-malakukannya> (diakses pada 25 Februari 2025)
- Masrohati, S. (2022). *Manajemen Kinerja Sumberdaya Manusia Pendekatan Islamic Value*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nuha, S. U. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, 60-96.
- Sari, F. R. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 3-6.
- Siti Indah Purawaning Yuwana, Alfi Rizka Maulidah, Adilah Alya, & Alfina Wulandari. (2024). Sistem Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah di Bank Indonesia KCP Banyuwangi S. Parman . *KUNKUN: Journal of Multidisciplinary Research*, 62-64.
- Zulvi Lailatul Hidayah, Yoga Adi Saputra, & Retna Anggitaningsih. (2024). Prosedur Pelaksanaan Take over Kredit Umum Pensiun (KUPEN) Di PT Bank Woori Saudara KCP Banyuwangi. *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 88-92.
- Bank Woori Saudara, Kupon Saudara Available at : <https://www.bankwoorisaudara.com/produk/individual/kredit/kredit-untuk-pensiun-kupon> (diakses pada 24 Februari 2025)