

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan pada bab di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam menjalankan Prinsip kehati-hatian 5C, PT. Nusa Surya Ciptadana Finance hanya menerapkan 4 prinsip yaitu Character, Capacity, Capital dan Condition economy. Sedangkan prinsip Collateral tidak digunakan karena dalam pemberian kredit sepeda motor yang dilakukan oleh PT. NSC Finance. Selain itu, pelaksanaan Prinsip 5C yang dilakukan oleh PT. NSC Finance dinilai masih belum Maksimal dan harus lebih di tingkatkan lagi.
2. Kendala yang sering di hadapi oleh Staf survey adalah Konsumen yang tidak koropatif atau sulit untuk di ajak berkerja sama ketika staf meminta berkas yang di butuhkan ataupun pada saat tim survey hendak turun kelapangan.
3. Dampak yang dapat ditimbulkan dapat membebani sales, perusahaan dan konsumen. Khususnya dampak pada sales adalah yang paling berisiko pada mata pencaharian dan jenjang karir mereka.

B. Saran

Demi mencegah meningkatnya permasalahan serupa dikemudian hari, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu, yaitu :

1. Demi meningkatkan keefektifitasan pelaksanaan prinsip kehati-hatian, PT. NSC Finance harus memberikan *training* demi meningkatkan wawasan

kepada para staf mengenai pentingnya prinsip kehati-hatian dalam melakukan survey tidak hanya di lingkungan tempat tinggal konsumen saja, tetapi juga melakukan survey di tempat kerja ataupun usaha. Hal ini guna untuk mencari tahu lebih dalam karakter serta kesanggupan klien dalam mengambil Kredit motor.

2. Untuk mengatasi Klien yang sulit untuk di ajak kerja sama, PT. NSC Finance harus lebih aktif memberikan wawasan kepada klien pentingnya kerja sama mereka dalam kesediaan untuk melakukan survey dan memberikan informasi sebenar-benarnya guna mempelancar proses Kredit motor.
3. Perusahaan harus lebih detail dalam menyaring konsumen dengan melakukan penilaian kepada berkas-berkas yang telah diajukan dan juga memberi bonus tambahan kepada sales agar mereka tidak hanya semata-mata fokus dalam memenui kuota target bulanan tetapi untuk fokus dalam menilai kualitas calon konsumen yang mereka layani guna menghindari dan meminimalisir dampak-dampak yang dapat merugikan para pihak.