

**ANALISIS PROSES PENAGIHAN UNTUK *CUSTOMER C0* DI DIVISI
COLLECTION PT FIF GROUP CABANG LAMPUNG**

(Tugas Akhir)

Oleh

ALIN AFIANA

NPM 2306061017



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2026

**ANALISIS PROSES PENAGIHAN UNTUK *CUSTOMER C0* DI DIVISI
COLLECTION PT FIF GROUP CABANG LAMPUNG**

Oleh

ALIN AFIANA

Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

AHLI MADYA (A.Md)

Pada

Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2026

ABSTRAK

ANALISIS PROSES PENAGIHAN UNTUK *CUSTOMER C0* DI DIVISI *COLLECTION* PT FIF GROUP CABANG LAMPUNG

Oleh

**Alin Afiana
2306061017**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penagihan terhadap konsumen kategori C0 di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung, mencakup pelaksanaan, kendala, dan upaya penanganannya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini berasal dari internal perusahaan, yaitu dua *Supervisor* C0. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis data interaktif, dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penagihan dilaksanakan melalui kegiatan *desk call*, namun belum berjalan optimal akibat kendala internal berupa ketidakakuratan data kontak, serta kendala eksternal berupa rendahnya respons dan kooperativitas konsumen. Upaya penanganannya meliputi pembaruan data kontak dan pendekatan komunikasi persuasif. Efektivitas penagihan terhadap konsumen C0 sangat dipengaruhi oleh akurasi data kontak yang dimiliki perusahaan dan tingkat kooperativitas konsumen.

Kata Kunci: Efektivitas Penagihan, *Customer C0*, Komunikasi Bisnis, Pelayanan Prima, Penanganan *Customer*.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE TELEPHONE BILLING PROCESS FOR CUSTOMERS IN THE COLLECTION DIVISION OF PT FIF GROUP LAMPUNG BRANCH

By

***Alin Afiana
2306061017***

This study aims to analyze the collection process for C0 category consumers in the Collection Division of PT FIFGROUP Lampung Branch, including implementation, obstacles, and handling efforts. This type of research is descriptive qualitative. Informants in this study came from the company's internal, namely two C0 Supervisors. Data collection techniques used participatory observation, semi-structured interviews, and documentation studies. Data analysis used interactive data analysis, and data validity techniques used triangulation of sources and techniques. The results of the study indicate that collection is carried out through desk call activities, but has not run optimally due to internal obstacles in the form of inaccurate contact data, as well as external obstacles in the form of low consumer response and cooperation. Handling efforts include updating contact data and a persuasive communication approach. The effectiveness of collection for C0 consumers is greatly influenced by the accuracy of the company's contact data and the level of consumer cooperation.

Keywords: Billing Effectiveness, Customer C0, Business Communication, Excellent Service, Customer Handling.

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS PROSES PENAGIHAN UNTUK
CUSTOMER C0 DI DIVISI COLLECTION PT
FIF GROUP CABANG LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Alin Afiana**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2306061017**

Program Studi : **Diploma III Administrasi Perkantoran**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran

Medya Destalia, S.A.B., M.A.B.

NIP. 198512152008122002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

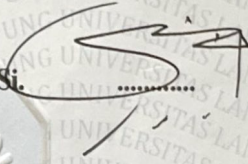
Ketua

: Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.



Penguji Utama

: Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M. Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir: 09 Juni 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alin Afiana
NPM : 2306061017
Program Studi : Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan sebenarnya tugas akhir dengan judul “**ANALISIS PROSES PENAGIHAN UNTUK CUSTOMER C0 DI DIVISI COLLECTION PT FIF GROUP CABANG LAMPUNG**” adalah benar hasil karya sendiri, bukan dibuatkan orang lain dan tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.

Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan tidak dalam tekanan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab dan menerima sanksi yang sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Bandar Lampung, 05 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Alin Afiana

NPM. 2306061017

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Alin Afiana yang lahir di Lampung Selatan, pada 25 Mei 2005. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Lendra dan Ibu Apriatin, serta memiliki seorang adik perempuan bernama Rifany Nurfadhilah.

Latar belakang pendidikan yang telah ditempuh peneliti diawali dengan menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak pada tahun 2011 di TK Al Azhar 6 Lampung Selatan. Selanjutnya, peneliti menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 1 Jatimulyo pada tahun 2012 dan menyelesaikannya pada tahun 2017. Pendidikan menengah pertama ditempuh di SMP Negeri 1 Jati Agung pada tahun 2018-2020, kemudian melanjutkan pendidikan menengah kejuruan di SMK Negeri 5 Bandar Lampung pada tahun 2021-2023.

Pada tahun 2023 peneliti melanjutkan jenjang pendidikan tinggi pada Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Berdasarkan Tes (SNBT), dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2026. Selama menjalani pendidikan di perguruan tinggi, peneliti berkesempatan melaksanakan Praktik kerja Lapangan (PKL) di PT FIF GROUP Cabang Lampung. Melalui kegiatan tersebut, peneliti memperoleh pengalaman praktis serta pemahaman secara langsung mengenai penerapan administrasi perkantoran dan kegiatan penunjang operasional di lingkungan perusahaan pembiayaan. Selain kegiatan akademik, peneliti juga aktif dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan, yaitu sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Diploma (HMD) Administrasi Perkantoran dan menjadi staf Biro Kesekretariatan, yang berperan dalam mendukung kegiatan administrasi kesekretariatan. Riwayat hidup ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan pada Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Karya ini dipersembahkan sebagai bentuk rasa syukur dan penghargaan atas dukungan yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir.

Tugas akhir ini dipersembahkan kepada orang tua peneliti atas doa, dukungan, dan pengorbanan yang senantiasa diberikan. Dukungan tersebut menjadi sumber motivasi bagi peneliti dalam menyelesaikan pendidikan hingga tahap akhir.

Peneliti juga mempersembahkan tugas akhir ini kepada teman-teman seperjuangan yang telah menemani dan memberikan dukungan selama proses pengerjaan, revisi, hingga penyelesaian tugas akhir. Kebersamaan dan dukungan tersebut turut berperan dalam kelancaran proses akademik yang dijalani peneliti.

Sebagai bagian dari perjalanan ini, karya ini turut peneliti persembahkan kepada almamater tercinta, Universitas Lampung, yang telah menjadi tempat bertumbuh, menimba ilmu, dan membentuk peneliti hingga berada pada tahap ini.

MOTTO

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba karena di dalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil”

(Buya Hamka)

“Everyone’s got their own choices and own timeline, chill out”

(M.sultanalhakim)

“Setiap bertemu kendala, tenang saja. Karena Allah pasti punya kendali”

(Alin Afiana)

SANWACANA

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini merupakan bagian dari proses pembelajaran akademik yang bertujuan untuk mengembangkan kemampuan analisis, pemahaman, serta tanggung jawab peneliti dalam bidang keilmuan yang ditekuni. Atas izin dan pertolongan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Proses Penagihan untuk *Customer C0* di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung.” Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, peneliti menyadari bahwa terdapat berbagai kendala dan keterbatasan, baik yang bersifat teknis maupun akademik. Namun, berkat bimbingan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak, tugas akhir ini dapat diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dalam proses ini, peneliti menyadari bahwa keberhasilan tidak pernah berdiri sendiri. Ada banyak pihak yang turut menjadi bagian dari perjalanan ini. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B. Selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan akademik.
2. Ibu Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kontribusi akademik yang sangat berarti dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Wahyu Riza Hermawan, selaku Petugas Pendamping Lapangan yang telah memberikan kepercayaan, arahan, dan kesempatan kepada peneliti untuk belajar secara langsung di lingkungan kerja.

4. Ibu Restu Priyatin, selaku staf Divisi *Collection*, terima kasih atas kesediaannya berbagi pengalaman, memberi kepercayaan, serta mendampingi peneliti dalam memahami setiap proses kerja dengan penuh ketulusan.
5. Kedua orang tua peneliti, Bapak Lendra dan Ibu Apriatin terima kasih atas doa yang selalu menyertai, kasih sayang yang tulus, serta dukungan yang senantiasa menjadi motivasi hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Rifany Nurfadhilah, selaku adik kandung peneliti, peneliti mengucapkan terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang senantiasa memberikan semangat dan menjadi penghibur bagi peneliti.
7. Teman-teman seperjuangan peneliti yang telah kebersamai peneliti selama proses penyusunan Tugas Akhir, terima kasih sudah menemani peneliti ngopi, menyantap seporsi mie ayam Pak Mino setelah revisi, hingga naik tayo di sela-sela bimbingan.
8. Orpyo, Soleh, dan Batman selaku kucing peliharaan peneliti yang telah memberikan hiburan kepada peneliti selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
9. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri, Alin Afiana. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah mampu menyelesaikan apa yang telah dimulai dengan penuh tanggung jawab, untuk setiap lelah yang disembunyikan, setiap ragu yang diam-diam dilawan, dan setiap air mata yang mungkin tidak pernah terlihat, semuanya telah mengantarkan peneliti sampai pada titik ini. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan merayakan dirimu sendiri.

Bandar Lampung, 05 Februari 2026

Alin Afiana
NPM. 2306061017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Bisnis.....	5
2.1.1 Pengertian Komunikasi Bisnis.....	5
2.1.2 Tujuan Penagihan	6
2.2 Proses Penagihan.....	7
2.2.1 Tahapan Proses Penagihan.....	7
2.3 Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam Penanganan Penagihan <i>Customer</i>	8
2.3.1 Pengertian Standar Operasional Prosedur (SOP).....	8
2.3.2 Klasifikasi <i>Customer</i>	9

2.4 Pelayanan Prima	10
2.4.1 Pengertian Pelayanan Prima	10
2.5 Teknologi Perkantoran	11
2.5.1 Pengertian Teknologi Perkantoran.....	11
2.6 Kendala Penagihan dan Upaya Penanganan.....	12
2.6.1 Kendala Penagihan	12
2.6.2 Upaya Penanganan Kendala Penagihan.....	14
2.7 Efektivitas Penagihan	15
2.8 Penelitian Terdahulu.....	17
2.9 Kerangka Pemikiran	23

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	25
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Fokus Penelitian	26
3.3.1 Proses Penagihan terhadap <i>Customer C0</i>	27
3.3.2 Kendala dalam Pelaksanaan Penagihan.....	27
3.3.3 Upaya Penanganan Kendala Penagihan.....	27
3.4 Informan Penelitian	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	34

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.2 Sejarah Perusahaan.....	37
4.2.1 Visi, Misi dan Filosofi Logo PT. FIFGROUP.....	40
4.2.2 Struktur Organisasi PT. FIFGROUP	41
4.2.3 Struktur Organisasi Divisi <i>Collection</i>	48
4.3 Identitas Informan	50
4.3.1 Tanggal Penggalan Data	51
4.4 Hasil Penelitian.....	53
4.4.1 Proses Penagihan terhadap <i>Customer C0</i>	53
4.4.2 Kendala dalam Pelaksanaan Penagihan.....	55
4.4.3 Upaya Penanganan Kendala Penagihan.....	58

4.5 Pembahasan	62
4.5.1 Proses Penagihan terhadap <i>Customer CO</i>	63
4.5.2 Kendala dalam Pelaksanaan Penagihan terhadap <i>Customer CO</i>	65
4.5.3 Upaya Penanganan Kendala Penagihan terhadap <i>Customer CO</i>	66
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data: Model Interaktif	34
Gambar 4.1 Gedung PT FIFGROUP	38
Gambar 4.2 Logo Brand FIFGROUP	39
Gambar 4.3 Logo PT FIFGROUP	40
Gambar 4.4 Struktur Organisasi FIFGROUP	41
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Divisi <i>Collection</i>	48
Gambar 4.6 Catatan Hasil Penagihan Harian	54
Gambar 4.7 Surat Somasi	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Identitas Data Informan.....	51
Tabel 4.2 Tanggal Wawancara Informan	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	75
Lampiran 2. Lembar Rekapitulasi Wawancara	76
Lampiran 3. Lembar Hasil Observasi Penelitian	88
Lampiran 4. Tabel Triangulasi.....	91
Lampiran 5. <i>Dokumentasi Wawancara Bersama Supervisor C0</i>	96
Lampiran 6. <i>Dokumentasi Wawancara Bersama Supervisor C0</i>	96

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, perusahaan pembiayaan dituntut untuk mampu menjaga keberlangsungan operasionalnya melalui pengelolaan keuangan yang efektif. Kelancaran arus kas menjadi salah satu faktor utama yang menentukan stabilitas perusahaan, sehingga diperlukan pengelolaan piutang yang terencana dan berkelanjutan. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan dalam menjaga kelancaran arus kas tersebut adalah melalui pelaksanaan kegiatan penagihan terhadap kewajiban pembayaran konsumen.

Kegiatan penagihan merupakan bagian penting dalam sistem pengelolaan piutang perusahaan. Penagihan berfungsi sebagai sarana pengendalian keterlambatan pembayaran sekaligus sebagai langkah awal dalam mencegah terjadinya kredit bermasalah. Dalam perusahaan pembiayaan, proses penagihan tidak hanya bertujuan untuk menagih pembayaran, tetapi juga membangun komunikasi antara perusahaan dan konsumen agar kewajiban pembayaran dapat dipenuhi sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Syahqilla dan Rokan, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayah dan Hasibuan (2022) menunjukkan bahwa unit *collection* memiliki peran dalam mengelola pengumpulan piutang melalui komunikasi dengan konsumen guna mengingatkan kewajiban pembayaran tagihan dan tunggakan sebagai bagian dari proses penagihan piutang. Hal tersebut menegaskan bahwa kegiatan penagihan tidak terlepas dari aktivitas komunikasi yang terstruktur antara perusahaan dan konsumen.

Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji efektivitas penagihan melalui media telepon pada kategori konsumen awal keterlambatan (C0), sehingga masih diperlukan kajian lebih lanjut dalam konteks tersebut.

Seiring dengan perkembangan teknologi, perusahaan pembiayaan menerapkan berbagai metode penagihan, salah satunya melalui media telepon. Penggunaan media telepon mencerminkan pemanfaatan teknologi komunikasi dalam administrasi modern yang menekankan kecepatan, efisiensi, dan efektivitas interaksi dengan konsumen. Penagihan digunakan sebagai langkah awal karena bersifat lebih efisien dan persuasif dalam mengingatkan konsumen mengenai kewajiban pembayaran angsuran sebelum dilakukan tindakan penagihan lanjutan.

Industri pembiayaan merupakan salah satu sektor jasa keuangan yang memiliki peran penting dalam mendukung pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui fasilitas kredit. Dalam operasionalnya, perusahaan pembiayaan sangat bergantung pada kelancaran pembayaran angsuran dari konsumen sebagai sumber pendapatan utama. Penagihan menjadi permasalahan krusial karena ketidakterlaksanaan pembayaran secara langsung berdampak pada arus kas perusahaan dan meningkatkan risiko kredit bermasalah (Suryadi dan Andryani, 2023).

Pada PT FIFGROUP, Divisi *Collection* memiliki peran strategis dalam melaksanakan proses penagihan terhadap konsumen. Konsumen dengan kategori C0 merupakan konsumen yang baru memasuki tahap keterlambatan pembayaran, sehingga masih memiliki potensi besar untuk menyelesaikan kewajiban pembayaran tanpa dilakukan penagihan lapangan. Oleh karena itu, pelaksanaan penagihan terhadap *customer* C0 menjadi tahapan penting dalam upaya pengendalian tunggakan pembayaran (Warsela dkk., 2021).

Namun, dalam pelaksanaannya proses penagihan tidak selalu berjalan secara optimal. Berbagai kendala masih ditemukan, baik yang bersumber dari internal

maupun eksternal. Kendala internal umumnya berkaitan dengan keterbatasan dan ketidakakuratan data kontak konsumen, sedangkan kendala eksternal berkaitan dengan konsumen yang sulit dihubungi atau kurang kooperatif dalam merespons panggilan penagihan. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan peningkatan tunggakan pembayaran, mengganggu kelancaran arus kas perusahaan, serta meningkatkan risiko kredit bermasalah apabila tidak segera ditangani secara efektif. Hal ini sejalan dengan temuan selama observasi yang dilakukan di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung pada periode Juli hingga Desember 2025, dengan berbagai kendala serupa turut terjadi dalam proses penagihan pada *customer C0*.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung pada periode Juli hingga Desember 2025, diketahui bahwa proses penagihan telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur perusahaan. Namun demikian, implementasinya belum sepenuhnya optimal, sebagaimana dibuktikan oleh adanya kendala dalam pelaksanaan yang menyebabkan efektivitas dalam menghubungi seluruh konsumen C0 belum tercapai secara maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya analisis terhadap proses penagihan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pelaksanaan, kendala, serta upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai proses penagihan guna memahami secara komprehensif pelaksanaan serta kendala yang dihadapi. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul "Analisis Proses Penagihan untuk *Customer C0* di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini adalah bagaimana proses penagihan untuk *customer C0* di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses penagihan terhadap *customer* C0 di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1) Manfaat Teoretis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai proses penagihan terhadap *customer* kategori C0 di Divisi *Collection* perusahaan pembiayaan.
- b) Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap kajian teori yang berkaitan dengan pengelolaan piutang dan kegiatan penagihan melalui media telepon.
- c) Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sejenis.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT FIFGROUP Cabang Lampung, khususnya Divisi *Collection* dalam menganalisis pelaksanaan penagihan terhadap *customer* C0 serta sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas penagihan dan pengendalian keterlambatan pembayaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Bisnis

2.1.1 Pengertian Komunikasi Bisnis

Proses penagihan dalam perusahaan pembiayaan merupakan bagian dari praktik komunikasi bisnis yang dilakukan secara terstruktur antara perusahaan dan konsumen. Komunikasi bisnis merupakan pertukaran pendapat, informasi, dan sejenisnya melalui simbol dan sinyal tertentu untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan (Pandjaitan dan Wiryawan dalam Zaki dkk., 2023). Selain itu, komunikasi bisnis juga dapat dipahami sebagai cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan informasi, mempersuasi, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung terkait kewajiban yang harus dipenuhi (Irma dalam Zaki dkk., 2023).

Dalam konteks penagihan, tujuan komunikasi bisnis tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga mencakup upaya mempengaruhi perilaku konsumen agar memenuhi kewajibannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Kusumasturi dalam Zaki dkk., (2023) yang menyatakan bahwa tujuan komunikasi bisnis meliputi menyampaikan informasi, mendidik, dan mempengaruhi pihak lain. Komunikasi bisnis dalam kegiatan penagihan dengan demikian menjadi instrumen strategis bagi perusahaan pembiayaan dalam menjaga hubungan dengan konsumen sekaligus mendorong pemenuhan kewajiban pembayaran.

Penerapan komunikasi bisnis dalam proses penagihan dapat dilakukan melalui berbagai bentuk dan media, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata dan dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media seperti telepon, sedangkan komunikasi nonverbal menggunakan isyarat, ekspresi, serta intonasi suara untuk memperkuat pesan yang disampaikan (Kusumawati, 2016). Dalam praktik penagihan di perusahaan pembiayaan, komunikasi verbal melalui telepon menjadi media utama yang digunakan oleh Divisi *Collection* karena dinilai lebih efisien dan memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan konsumen untuk mengingatkan kewajiban pembayaran sekaligus mencegah terjadinya kredit bermasalah (Hertoni dkk., 2018). Dengan demikian, dalam konteks Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung, penerapan komunikasi bisnis yang efektif melalui telepon kepada konsumen kategori C0 menjadi komponen penting dalam upaya pengendalian tunggakan sejak tahap awal keterlambatan pembayaran.

2.1.2 Tujuan Penagihan

Penagihan piutang bertujuan untuk memastikan piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit dapat tertagih sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan. Penagihan diperlukan agar piutang tidak menumpuk dan tidak mengganggu kelancaran kegiatan operasional perusahaan (Widowati dkk., 2021).

Selain itu, penagihan bertujuan untuk mengendalikan risiko keterlambatan pembayaran yang dapat berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Pengelolaan piutang yang tidak efektif akan menyebabkan meningkatnya risiko piutang bermasalah dan melemahkan kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas keuangan. Oleh karena itu, penagihan diperlukan sebagai bagian dari upaya pengendalian agar kewajiban pelanggan dapat dipenuhi sesuai

dengan ketentuan yang telah ditetapkan (Haq dan Handayani, 2024).

Tujuan penagihan juga berkaitan dengan upaya pengendalian piutang. Proses penagihan yang dilakukan secara terencana dapat membantu perusahaan meminimalkan risiko keterlambatan pembayaran dan mencegah terjadinya piutang tak tertagih. Dengan adanya penagihan, perusahaan dapat memantau kewajiban pelanggan serta memastikan kepatuhan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.2 Proses Penagihan

2.2.1 Tahapan Proses Penagihan

Tahapan proses penagihan merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan berjenjang untuk memastikan kewajiban pembayaran nasabah dapat dipenuhi sesuai ketentuan yang berlaku. Setiap perusahaan memiliki prosedur tersendiri dalam pelaksanaan penagihan, namun secara umum proses tersebut dimulai dari pengingat awal hingga tindakan lanjutan apabila terjadi keterlambatan pembayaran. Menurut Suryadi dan Andryani (2023), tahapan pekerjaan *collection* terdiri atas beberapa tingkatan, dimulai dari *desk collector*. Pada tahap ini, penagihan dilakukan melalui media telepon sebagai bentuk pengingat kepada nasabah terkait tanggal jatuh tempo pembayaran. Fungsi utama *desk collector* adalah sebagai reminder agar nasabah segera memenuhi kewajibannya.

Apabila nasabah belum melakukan pembayaran setelah diingatkan melalui telepon, maka penagihan dilanjutkan ke tahap juru tagih. Pada tahap ini, petugas melakukan kunjungan langsung ke nasabah untuk mengetahui kondisi keuangan serta penyebab keterlambatan pembayaran. Jika keterlambatan masih berlanjut hingga melewati batas waktu yang telah ditentukan, maka tahapan berikutnya adalah juru sita, yaitu tindakan penyitaan barang jaminan sesuai ketentuan yang berlaku (Suryadi dan Andryani, 2023).

Selain pembagian berdasarkan tingkatan petugas, tahapan penagihan juga dapat dilakukan secara administratif dan berjenjang. Proses tersebut umumnya dimulai dari pengingat lisan, dilanjutkan dengan surat peringatan tertulis, dan apabila tunggakan berlangsung dalam jangka waktu tertentu dapat ditempuh tindakan hukum sebagai langkah terakhir (Afryadi dkk., 2025). Dalam pelaksanaannya, kegiatan penagihan harus dilakukan sesuai ketentuan kolektibilitas yang berlaku. Divisi *collection* hanya dapat melakukan penagihan apabila nasabah telah masuk dalam kategori pembiayaan bermasalah, dan tidak diperkenankan melakukan penagihan sebelum jatuh tempo pembayaran (Suryadi dan Andryani, 2023).

2.3 Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam Penanganan Penagihan Customer

2.3.1 Pengertian Standar Operasional Prosedur (SOP)

Pelaksanaan proses penagihan yang efektif memerlukan adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai landasan kerja yang terstruktur dan konsisten. Menurut Budihardjo dalam Ardellia dkk., (2024) SOP merupakan suatu alat pengaturan yang digunakan untuk mengatur tahapan dalam sebuah proses atau prosedur kerja tertentu yang bersifat rutin dan tetap, sehingga ditetapkan sebagai dokumen tertulis yang menjadi acuan pelaksanaan kerja. Rifka dalam Ardellia dkk., (2024) menambahkan bahwa SOP berfungsi untuk mempermudah, merapikan, dan menertibkan pelaksanaan pekerjaan guna memastikan setiap tugas dilakukan secara konsisten dan teratur, sekaligus bertujuan untuk mengawasi setiap proses kerja, mendeteksi ketidakefisienan, memperjelas pembagian tugas dan tanggung jawab, serta mencegah terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan kerja.

Dalam konteks penagihan, SOP memberikan panduan yang terstruktur kepada *collector* mengenai tahapan yang harus dilalui dalam menangani

konsumen yang mengalami keterlambatan pembayaran. Ardellia dkk., (2024) menjelaskan bahwa SOP penagihan dirancang untuk memberikan panduan mulai dari identifikasi konsumen yang jatuh tempo, pelaksanaan komunikasi pengingat kepada konsumen, hingga penyelesaian pembayaran tepat waktu. Tanpa adanya SOP yang sistematis, perusahaan rentan mengalami keterlambatan penagihan yang pada akhirnya dapat meningkatkan risiko piutang bermasalah dan mengganggu stabilitas arus kas perusahaan. Dengan demikian, keberadaan SOP penagihan dalam Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung menjadi instrumen penting yang memberikan acuan kerja yang jelas bagi *collector* dalam menangani konsumen kategori C0, sehingga setiap tahapan penagihan dapat dijalankan secara efisien, konsisten, dan meminimalkan risiko berkembangnya keterlambatan menjadi tunggakan yang lebih serius (Ardellia dkk., 2024).

2.3.2 Klasifikasi *Customer*

Klasifikasi *customer* dalam perusahaan pembiayaan merupakan proses pengelompokan konsumen berdasarkan kondisi pembayaran angsuran, khususnya tingkat keterlambatan sejak tanggal jatuh tempo. Pengelompokan ini dilakukan untuk mempermudah perusahaan dalam menentukan langkah penanganan yang sesuai dengan kondisi masing-masing *customer*. Menurut Suryadi dan Andryani (2023), strategi penanganan pembiayaan bermasalah ditentukan berdasarkan posisi kolektibilitas atau golongan pembiayaan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa klasifikasi *customer* memiliki fungsi strategis sebagai dasar dalam menetapkan kebijakan serta metode penagihan yang akan diterapkan. Dengan adanya sistem klasifikasi, perusahaan dapat membedakan perlakuan penagihan sesuai dengan tingkat risiko keterlambatan pembayaran, sehingga penanganan dapat dilakukan secara terarah dan proporsional.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung pada Periode Juli hingga Desember

2025, sistem klasifikasi yang diterapkan mengelompokkan konsumen ke dalam beberapa kategori berdasarkan tingkat keterlambatan pembayaran sejak tanggal jatuh tempo. Konsumen kategori C0 merupakan konsumen dengan keterlambatan pembayaran 1-30 hari sejak tanggal jatuh tempo. Selanjutnya, kategori C1 merupakan konsumen dengan keterlambatan 30-60 hari sejak tanggal jatuh tempo, dan kategori C2 merupakan konsumen dengan keterlambatan 60-90 hari sejak tanggal jatuh tempo. Klasifikasi ini digunakan sebagai dasar dalam menentukan prioritas dan pendekatan penagihan yang dilakukan oleh divisi *collection*. Pada penelitian ini difokuskan pada konsumen kategori C0, karena pada tahap ini upaya penagihan masih berada pada tahap awal yang bertujuan mendorong penyelesaian kewajiban sebelum memasuki kategori keterlambatan yang lebih tinggi.

2.4 Pelayanan Prima

2.4.1 Pengertian Pelayanan Prima

Pelaksanaan proses penagihan tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif semata, tetapi juga erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Rusyidi dalam Sabrila dan Murwaningsih (2025), menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik atau yang paling baik, yang dapat pula disebut sebagai pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan yang dijalankan oleh instansi yang memberikan pelayanan. Sejalan dengan hal tersebut, pelayanan prima merupakan pelayanan yang dapat memenuhi standar kualitas yang sudah ditetapkan (Sastradiharja dan Kurniasari dalam Sabrila dan Murwaningsih, 2025). Dengan demikian, pelayanan prima pada hakikatnya merupakan upaya terbaik yang diberikan oleh perusahaan dalam melayani konsumen guna memenuhi harapan dan menciptakan kepuasan.

Dalam konteks proses penagihan, penerapan pelayanan prima menjadi penting karena konsumen yang dihubungi oleh petugas *desk call*

membutuhkan pendekatan yang profesional, empatik, dan berorientasi pada solusi. Menurut Sabrila dan Murwaningsih (2025), konsep pelayanan prima didasarkan pada enam unsur yang dikenal sebagai A6, yaitu *attitude* (sikap), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), *ability* (kemampuan), *appearance* (penampilan), dan *accountability* (tanggung jawab). Keenam unsur tersebut sangat relevan dalam pelaksanaan penagihan melalui telepon, di mana sikap yang menghargai, perhatian terhadap kondisi konsumen, tindakan yang tepat, kemampuan komunikasi, serta tanggung jawab *collector* menjadi penentu keberhasilan penagihan. Selain melaksanakan kegiatan penagihan, petugas *desk call* juga berperan dalam menerima dan menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen selama proses komunikasi berlangsung. Theodora dkk., dalam Sabrila dan Murwaningsih (2025), menyatakan bahwa tujuan pelayanan prima adalah untuk mencegah kesalahan penyampaian jasa serta membangun hubungan dengan konsumen dalam jangka waktu yang panjang, dengan cara memahami kebutuhan konsumen secara mendalam dan memberikan solusi yang menguntungkan. Dalam konteks penagihan melalui telepon, hal ini berarti petugas *desk call* tidak hanya bertugas menagih kewajiban pembayaran, tetapi juga wajib mendengarkan kondisi dan keluhan konsumen dengan seksama serta memberikan respons yang tepat dan solutif. Dengan demikian, penerapan pelayanan prima dalam penanganan keluhan konsumen menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keberhasilan proses penagihan, sekaligus mencerminkan komitmen Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung dalam menjaga kualitas interaksi dengan konsumen kategori C0.

2.5 Teknologi Perkantoran

2.5.1 Pengertian Teknologi Perkantoran

Pelaksanaan kegiatan penagihan di perusahaan pembiayaan tidak terlepas dari dukungan teknologi perkantoran yang digunakan untuk mengelola data dan informasi konsumen secara efisien. Taufiq dkk.,

(2022), menyatakan bahwa teknologi informasi dalam kegiatan administrasi perkantoran dimanfaatkan untuk menerima, menyimpan, mengorganisasi, dan mengirimkan informasi guna mendukung kelancaran operasional kantor. Sejalan dengan hal tersebut, Kharismaputra dkk., (2022) menyatakan bahwa Sistem Informasi Administrasi Perkantoran (SIAP) merupakan integrasi antara teknologi informasi dengan proses administrasi yang bertujuan untuk mengotomatisasi tugas-tugas administratif, meningkatkan pengelolaan data, dan mempercepat alur informasi dalam organisasi sehingga seluruh pekerjaan administratif dapat dilakukan secara lebih akurat dan tepat waktu.

Penerapan teknologi perkantoran dalam proses penagihan di perusahaan pembiayaan diwujudkan melalui penggunaan sistem *FifApps* yang memungkinkan petugas *desk call* untuk mengakses data kontak konsumen, mencatat hasil penagihan, serta memantau perkembangan status pembayaran secara *real-time*. Kharismaputra dkk., (2022) menambahkan bahwa sistem informasi yang terintegrasi dapat meningkatkan produktivitas kerja karena dengan arus informasi yang lancar, seluruh pekerjaan administratif dapat dilakukan secara lebih akurat dan tepat waktu. Dengan demikian, dalam konteks Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung, ketersediaan dan keakuratan data dalam sistem teknologi perkantoran menjadi faktor krusial yang secara langsung memengaruhi keberhasilan proses penagihan terhadap konsumen kategori C0.

2.6 Kendala Penagihan dan Upaya Penanganan

2.6.1 Kendala Penagihan

Pelaksanaan penagihan piutang pada perusahaan pembiayaan tidak terlepas dari berbagai kendala yang dapat memengaruhi efektivitas proses penagihan. Kegiatan menghubungi konsumen untuk mengingatkan kewajiban pembayaran memerlukan dukungan data yang

akurat serta respons yang kooperatif dari pihak konsumen. Dalam praktiknya, hambatan tersebut dapat diklasifikasikan menjadi kendala internal dan eksternal.

Kendala internal dalam penagihan berkaitan dengan aspek administratif, khususnya ketidakakuratan atau ketidaklengkapan data kontak konsumen yang dimiliki perusahaan. Nurhidayah dan Hasibuan (2022) menyatakan bahwa “Kendala yang sering dialami ialah mengenai data pelanggan yang kurang lengkap, seperti nomor telepon salah atau bahkan menghubungi nomor telepon yang bukan bersangkutan.” Kondisi ini menunjukkan bahwa validitas data menjadi faktor krusial dalam keberhasilan proses penagihan melalui telepon. Apabila nomor kontak yang tercatat tidak sesuai atau tidak aktif, maka informasi mengenai kewajiban pembayaran tidak dapat tersampaikan secara efektif kepada pelanggan yang bersangkutan. Dalam konteks penagihan terhadap *customer* kategori C0 di Divisi *Collection* PT FIGROUP Cabang Lampung, ketidakakuratan data kontak berpotensi menghambat proses komunikasi serta memperlambat realisasi pembayaran.

Adapun kendala eksternal dalam penagihan berasal dari respons konsumen yang kurang kooperatif ketika dihubungi oleh petugas *collection*. Hambatan ini dapat berupa sikap tidak responsif, penolakan untuk berkomunikasi, maupun keberatan terhadap kewajiban pembayaran yang disampaikan. Nurhidayah dan Hasibuan (2022) mengemukakan bahwa dalam praktik penagihan, konsumen kerap menyampaikan berbagai keluhan dan menunjukkan respons emosional terhadap pihak perusahaan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kelancaran komunikasi serta mengurangi efektivitas penyampaian informasi terkait kewajiban pembayaran. Respons yang tidak kooperatif dari konsumen pada akhirnya menjadi tantangan tersendiri bagi petugas *collection* dalam menjalankan tugas penagihan secara

optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kendala penagihan mencakup aspek internal berupa keakuratan data yang dimiliki perusahaan serta aspek eksternal yang bersumber dari sikap dan respons konsumen. Kedua faktor tersebut saling memengaruhi dalam menentukan efektivitas proses penagihan yang dilakukan Divisi *Collection*.

2.6.2 Upaya Penanganan Kendala Penagihan

Upaya penanganan penagihan diperlukan untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan penagihan piutang. Dalam praktiknya, efektivitas penagihan tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan petugas *collection* dalam melakukan komunikasi dengan konsumen, tetapi juga oleh ketersediaan data kontak konsumen yang akurat serta respons konsumen terhadap upaya penagihan yang dilakukan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan langkah-langkah penanganan yang tepat agar proses penagihan dapat berjalan secara optimal.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengatasi kendala internal dalam penagihan yaitu dengan melakukan pembaruan dan penyesuaian data konsumen secara berkala. Data kontak konsumen yang akurat menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan proses penagihan melalui telepon, karena informasi mengenai kewajiban pembayaran hanya dapat disampaikan apabila nomor kontak yang dimiliki perusahaan masih aktif dan sesuai dengan konsumen yang bersangkutan (Awahita dan Irbayuni, 2026). Dengan adanya pembaruan data secara berkala, perusahaan dapat meminimalkan terjadinya kesalahan kontak serta memastikan bahwa proses komunikasi dengan konsumen dapat dilakukan secara lebih efektif.

Selain itu, dalam menghadapi kendala eksternal yang berkaitan dengan

sikap konsumen yang kurang kooperatif, petugas *collection* perlu menerapkan pendekatan komunikasi yang lebih persuasif agar konsumen bersedia memberikan respons terhadap upaya penagihan yang dilakukan. Nurhidayah dan Hasibuan (2022) menyatakan bahwa penagihan dapat dilakukan melalui komunikasi secara persuasif kepada konsumen agar konsumen memahami kewajiban pembayaran yang dimilikinya serta terdorong untuk segera melakukan pembayaran. Apabila konsumen tetap tidak dapat dihubungi melalui media telepon, perusahaan dapat melakukan langkah lanjutan dengan memberikan surat peringatan atau somasi kerumah konsumen sebagai bentuk pemberitahuan resmi mengenai kewajiban pembayaran yang belum dipenuhi. Melalui kunjungan tersebut, petugas *collection* juga dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai kondisi maupun keberadaan konsumen (Chosyali dan Sartono, 2019).

Dalam kondisi tertentu, pendekatan penagihan juga perlu disesuaikan dengan karakteristik dan kondisi masing-masing konsumen agar upaya yang dilakukan dapat mendorong konsumen untuk memenuhi kewajiban pembayaran. Apabila konsumen belum dapat melakukan pembayaran pada saat penagihan dilakukan, perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membuat kesepakatan pembayaran pada waktu yang telah disepakati bersama sebagai bentuk komitmen konsumen dalam menyelesaikan kewajiban pembayaran (Rahmania dkk., 2022).

2.7 Efektivitas Penagihan

Efektivitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Suatu kegiatan dikatakan efektif apabila hasil yang diperoleh sesuai dengan target yang telah direncanakan, sehingga efektivitas menekankan pada hubungan antara hasil yang dicapai dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Saputra dkk., (2020) efektivitas adalah hubungan antara keluaran

dengan tujuan yang hendak dicapai, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kesesuaian antara hasil dengan tujuan, maka semakin tinggi pula tingkat efektivitas suatu kegiatan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Daryati (2021) menyatakan bahwa efektivitas berkaitan dengan pengukuran kinerja suatu organisasi, yaitu sejauh mana organisasi mampu mencapai tujuan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Dengan demikian, efektivitas dapat dipahami sebagai tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pengukuran efektivitas, khususnya dalam pengelolaan piutang, dapat dilakukan melalui beberapa indikator. Menurut Daryati (2021), efektivitas pengelolaan piutang dapat diukur melalui rasio perputaran piutang, umur rata-rata piutang, rasio tunggakan, dan rasio penagihan. Indikator tersebut menunjukkan bahwa efektivitas tidak hanya dilihat dari tercapainya target penagihan, tetapi juga dari kecepatan penagihan, tingkat piutang tertunggak, serta kemampuan perusahaan dalam menagih piutang secara optimal.

Dalam konteks penagihan piutang, efektivitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mengubah piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit menjadi kas. Penagihan piutang merupakan proses pengambilan piutang menjadi uang tunai (Saputra dkk., 2020) sehingga keberhasilan proses ini sangat menentukan kelancaran arus kas perusahaan. Oleh karena itu, efektivitas penagihan dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan perusahaan dalam menagih piutang sesuai dengan target yang telah ditetapkan, baik dari segi jumlah maupun ketepatan waktu pembayaran. Dalam praktik penagihan, efektivitas dapat dilihat dari kemampuan petugas dalam menghubungi konsumen, menyampaikan informasi tagihan secara jelas, serta mendorong konsumen untuk melakukan pembayaran sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penagihan melalui telepon yang efektif ditandai dengan meningkatnya realisasi penagihan, menurunnya tingkat tunggakan, serta tercapainya target penagihan yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penagihan yang efektif adalah penagihan yang mampu mendorong pelanggan untuk melakukan pembayaran secara tepat waktu melalui proses komunikasi yang dilakukan secara jelas dan persuasif. Konsep ini menjadi dasar dalam menilai efektivitas kegiatan penagihan, khususnya pada unit *collection* PT FIFGROUP, efektivitas tidak hanya diukur dari pencapaian target penagihan, melainkan juga dari keberhasilan petugas *desccall* dalam meningkatkan respons pelanggan serta mendorong komitmen konsumen untuk melakukan pembayaran.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang disajikan berikut merupakan penelitian yang memiliki keterkaitan dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini. Kajian tersebut digunakan sebagai bahan rujukan guna melengkapi dan memperkuat penelitian yang dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Manajemen Strategi Divisi <i>Collection</i> dalam Upaya Penanganan Pembiayaan Bermasalah pada PT Suzuki Finance Indonesia Cabang Surabaya	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen <i>collection</i> pada PT Suzuki Finance Indonesia Cabang Surabaya berperan penting dalam menangani pembiayaan bermasalah	Penelitian terdahulu ini membahas strategi divisi <i>collection</i> dalam menangani pembiayaan bermasalah pada PT Suzuki Finance Indonesia Cabang Surabaya melalui monitoring nasabah, pemberian surat peringatan, penarikan

No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			<p>melalui strategi monitoring nasabah, pemberian surat peringatan, penarikan unit, dan pelelangan kendaraan. Proses penagihan dilakukan oleh <i>desk collection</i>, juru tagih, dan juru sita sehingga membantu perusahaan mengendalikan pembiayaan bermasalah.</p>	<p>unit, dan pelelangan kendaraan. Sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis proses penagihan terhadap <i>customer</i> kategori C0 di Divisi <i>Collection</i> PT FIFGROUP Cabang Lampung serta mengidentifikasi kendala yang memengaruhi efektivitas penagihan.</p>
2.	<p>Peranan Unit <i>Payment Collection</i> dalam Melakukan Penagihan Piutang Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Medan</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengolahan data pelanggan, pengecekan status pembayaran, dan pelaksanaan <i>reminding call</i> yang dilakukan oleh unit <i>Payment Collection</i> berperan dalam</p>	<p>Perbedaan penelitian ini terletak pada ruang lingkup pembahasan dan pendekatan analisis yang digunakan. Penelitian terdahulu lebih menekankan pada penerapan strategi penanganan pembiayaan bermasalah yang</p>

No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			mendukung proses penagihan pelanggan IndiHome. Pelaksanaan kegiatan tersebut dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembayaran tagihan. Namun demikian, pelaksanaannya masih menghadapi beberapa kendala, seperti ketidakakuratan data pelanggan dan respons pelanggan yang kurang kooperatif saat dihubungi.	dilakukan melalui berbagai tindakan penagihan secara bertahap. Sementara itu, penelitian ini lebih menyoroti bagaimana proses komunikasi penagihan dijalankan dalam kegiatan <i>collection</i> , termasuk dinamika interaksi dengan konsumen serta faktor-faktor yang dapat memengaruhi efektivitas penagihan.
3.	Pola Komunikasi <i>Collection</i> Dalam Proses Penagihan Melalui Telepon Kepada Debitur	Kualitatif	Penelitian ini menemukan bahwa proses penagihan melalui telepon oleh petugas <i>collection</i> tidak hanya berfungsi sebagai	Penelitian terdahulu mengkaji proses penagihan melalui telepon dalam konteks perbankan digital pada PT Bank Neo Commers Tbk dengan menyoroti

No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Di PT. Bank Neo Commerce TBK		penyampaian informasi tagihan kepada debitur, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi persuasif untuk mendorong kesadaran pembayaran. Dalam praktiknya, petugas <i>collection</i> menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal yang menekankan pada kejelasan informasi, kemampuan negosiasi, serta pengendalian emosi ketika menghadapi berbagai respon debitur.	interaksi antara petugas <i>collection</i> dan debitur dalam proses penagihan kredit. Sementara itu, penelitian ini dilakukan pada perusahaan pembiayaan, yaitu PT FIFGROUP Cabang Lampung, dengan fokus pada analisis proses penagihan terhadap <i>customer</i> kategori C0 pada Divisi <i>Collection</i> . Dengan demikian, penelitian ini menelaah proses penagihan pada tahap awal keterlambatan pembayaran dalam konteks operasional perusahaan pembiayaan.
4.	Pola Komunikasi <i>Branch</i>	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen	Penelitian terdahulu membahas peran manajemen <i>collection</i>

No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
	<p><i>Collection</i> Dalam Proses Penagihan Pembiayaan Bermasalah Kepada Debitur / Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Banjarmasin</p>		<p><i>collection</i> memiliki peran penting dalam mendukung proses penagihan pembiayaan pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Melalui pengelolaan penagihan yang terstruktur, pihak bank melakukan berbagai upaya penagihan seperti pengingat kepada debitur melalui telepon, pengiriman surat penagihan, serta kunjungan langsung kepada debitur. Selain itu, kegiatan <i>collection</i> juga disertai dengan pembuatan laporan monitoring penagihan secara</p>	<p>secara umum dalam upaya penagihan kredit di sektor perbankan, dengan menekankan pada fungsi pengelolaan penagihan serta pengawasan terhadap tunggakan kredit yang dilakukan oleh pihak bank. Sedangkan pada penelitian ini, pembahasan lebih difokuskan pada analisis proses penagihan terhadap <i>customer</i> kategori C0 pada Divisi <i>Collection</i> PT FIFGROUP Cabang Lampung. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi kendala yang memengaruhi efektivitas penagihan dalam pelaksanaan penagihan pada tahap awal keterlambatan</p>

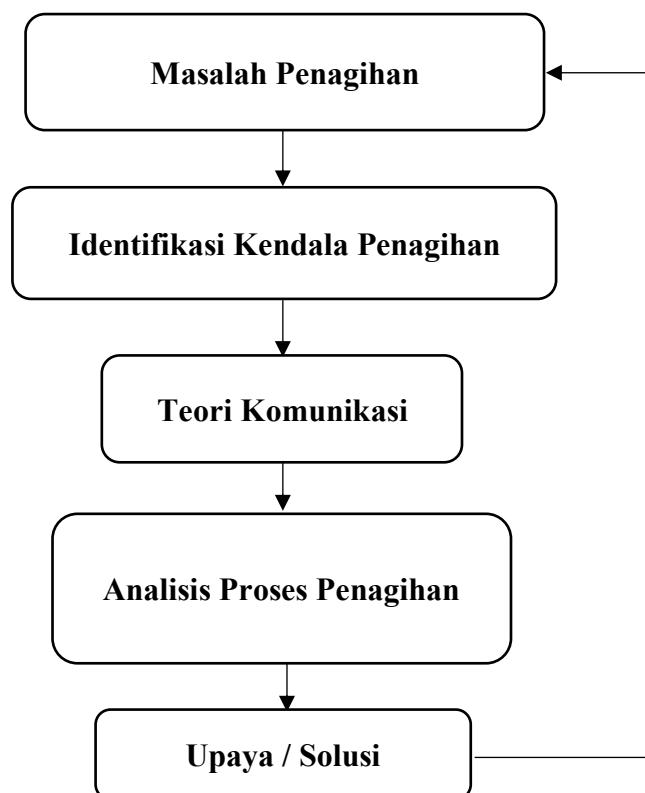
No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			berkala guna mengendalikan tunggakan serta meminimalkan potensi kerugian perusahaan.	pembayaran dalam perusahaan pembiayaan.
5.	Peran Manajemen <i>Collection</i> Dalam Bentuk Upaya Penagihan Kredit Pada Bank BNI (PERSERO) TBK KCU BSD	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen <i>collection</i> memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan penagihan kredit pada perusahaan perbankan. Melalui pengelolaan penagihan yang sistematis, pihak <i>collection</i> dapat melakukan berbagai upaya penagihan seperti komunikasi dengan debitur melalui telepon, surat, maupun	Penelitian terdahulu menitikberatkan pada peran manajemen <i>collection</i> secara umum dalam upaya penagihan kredit pada sektor perbankan, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada analisis proses penagihan terhadap <i>customer</i> kategori C0. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan perbankan, sedangkan penelitian peneliti dilakukan pada perusahaan pembiayaan PT FIFGROUP Cabang Lampung. Perbedaan

No	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			<p>kunjungan langsung. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengingatkan kewajiban pembayaran serta meminimalkan terjadinya tunggakan kredit. Selain itu, pengelolaan laporan penagihan secara berkala juga menjadi bagian dari proses pengendalian agar perusahaan dapat memantau perkembangan pembayaran debitur serta menjaga kualitas kredit.</p>	<p>lainnya terletak pada ruang lingkup analisis, penelitian peneliti lebih menekankan pada prosedur operasional penagihan serta kendala dan faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penagihan.</p>

2.9 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini menganalisis proses penagihan terhadap *customer* kategori C0 di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung. Penagihan merupakan salah satu bentuk upaya awal dalam mengingatkan kewajiban pembayaran konsumen. Dalam pelaksanaannya, proses ini

menghadapi kendala yang meliputi kendala internal dan eksternal. Kendala internal berkaitan dengan ketidakakuratan data kontak konsumen, sedangkan kendala eksternal berkaitan dengan sikap konsumen yang kurang kooperatif. Berdasarkan kondisi tersebut, Divisi *Collection* melakukan upaya penanganan untuk mengatasi kendala yang terjadi agar proses penagihan dapat berjalan lebih efektif dan optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penagihan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta mengkaji upaya penanganan dalam pelaksanaan penagihan terhadap *customer* kategori C0.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Diolah Pribadi (2026)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi secara ilmiah serta tidak dinyatakan dalam bentuk angka, melainkan dalam bentuk uraian yang mendalam. Pendekatan ini menekankan pada proses, makna, serta pemahaman terhadap suatu fenomena berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Menurut Syahrizal dan Jailani (2023), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang datanya tidak berbentuk angka serta berlandaskan pada pengamatan terhadap fenomena sosial yang terjadi dalam kehidupan nyata. Penelitian kualitatif juga digunakan untuk memahami kondisi objek secara mendalam dengan melibatkan interaksi langsung antara peneliti dengan subjek penelitian.

Menurut Safarudin dkk., (2023) penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena atau kondisi yang terjadi di lapangan. Selain itu, penelitian kualitatif juga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik lisan maupun tertulis dari subjek yang diamati.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini diawali dengan penerbitan surat izin penelitian pada bulan Juni, kegiatan penelitian kemudian dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan

Desember 2025. Dalam rentang waktu tersebut, peneliti melakukan proses pengumpulan data melalui tahapan observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk memperoleh data yang diperlukan dalam mendukung pelaksanaan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di PT FIFGROUP Cabang Lampung yang beralamat di Jalan Teuku Umar No. 67, Surabaya, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan salah satu kantor cabang PT Federal Intenational Finance (FIFGROUP) yang menjalankan berbagai aktivitas operasional perusahaan, termasuk kegiatan penagihan kepada konsumen yang mengalami keterlambatan pembayaran angsuran.

Selain itu, lokasi penelitian ini dipilih karena peneliti melaksanakan kegiatan magang di PT FIFGROUP Cabang Lampung, sehingga peneliti memiliki kesempatan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan kegiatan penagihan serta memperoleh informasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Dengan demikian, pemilihan lokasi ini diharapkan dapat mendukung peneliti dalam memperoleh data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

3.3 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan serta analisis data, penelitian ini difokuskan pada analisis proses penagihan terhadap *customer* kategori C0 pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung. Fokus penelitian diarahkan pada proses pelaksanaan kegiatan penagihan yang dilakukan oleh petugas *collection* sebagai upaya awal dalam mengingatkan kewajiban pembayaran angsuran kepada konsumen yang mengalami keterlambatan pembayaran.

Selain itu, penelitian ini juga memfokuskan pada berbagai kendala yang muncul dalam pelaksanaan penagihan, baik yang bersumber dari faktor

internal perusahaan maupun faktor eksternal yang berasal dari pihak konsumen. Penelitian ini juga menganalisis upaya-upaya yang dilakukan oleh Divisi *Collection* dalam mengatasi kendala tersebut serta dampaknya terhadap efektivitas penagihan. Berdasarkan fokus tersebut, penelitian ini menelaah beberapa aspek yang berkaitan dengan proses penagihan terhadap *customer C0*, yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Proses Penagihan terhadap *Customer C0*

Aspek ini menganalisis bagaimana pelaksanaan kegiatan penagihan yang dilakukan oleh petugas *desk call* pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung. Analisis difokuskan pada tahapan proses pelaksanaan penagihan, mulai dari persiapan data konsumen, pengaksesan informasi melalui sistem, pelaksanaan penagihan, hingga pelaporan hasil penagihan. Selain itu, aspek ini juga meninjau pelaksanaan kegiatan penagihan secara keseluruhan dalam mendukung proses penagihan terhadap *customer* kategori *C0*.

3.3.2 Kendala dalam Pelaksanaan Penagihan

Aspek ini mengkaji berbagai hambatan yang muncul dalam pelaksanaan penagihan terhadap *customer C0*. Kendala yang ditinjau meliputi kendala internal yang berkaitan dengan data kontak konsumen yang kurang akurat, serta kendala eksternal yang berkaitan dengan respons konsumen yang kurang kooperatif ketika dihubungi oleh petugas *collection* yang berpotensi memengaruhi efektivitas penagihan.

3.3.3 Upaya Penanganan Kendala Penagihan

Aspek ini menelaah berbagai langkah yang dilakukan oleh Divisi *Collection* dalam mengatasi kendala yang muncul selama proses penagihan. Upaya tersebut meliputi pembaruan data kontak konsumen, penyesuaian cara penyampaian informasi dalam proses penagihan, serta langkah-langkah lanjutan yang dilakukan perusahaan apabila konsumen tidak dapat dihubungi melalui media telepon, seperti kunjungan langsung atau tindakan penagihan lanjutan lainnya.

Melalui ketiga aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam serta hasil analisis mengenai pelaksanaan proses penagihan terhadap *customer C0* pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung, termasuk kendala yang dihadapi, upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut, serta dampaknya terhadap efektivitas penagihan.

3.4 Informan Penelitian

Informan kunci dalam penelitian kualitatif adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti, serta pemilihannya didasarkan pada kedalaman pemahaman dan pengalaman informan terhadap objek yang diteliti (Asrulla dkk., 2023). Informan dalam penelitian merupakan pihak-pihak yang memiliki pengetahuan serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian, sehingga dapat memberikan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, informan dipilih secara sengaja dengan mempertimbangkan keterlibatan serta pemahaman mereka terhadap proses penagihan yang dilakukan oleh Divisi *Collection*.

Adapun informan yang diwawancarai dalam penelitian ini berjumlah dua orang, yaitu *Supervisor* pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung. Kedua informan tersebut dipilih karena memiliki peran dalam mengawasi serta mengoordinasikan kegiatan penagihan yang dilakukan oleh petugas *collection*, termasuk kegiatan penagihan melalui media telepon kepada konsumen. Dengan posisi dan tanggung jawab yang dimiliki, kedua *Supervisor* tersebut dianggap memiliki pemahaman yang memadai mengenai proses pelaksanaan penagihan, kendala yang dihadapi dalam kegiatan penagihan, serta berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi kendala tersebut. Oleh karena itu, informasi yang diperoleh dari kedua informan diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses penagihan terhadap *customer C0* pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data yang akurat dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Kualitas data yang diperoleh akan sangat memengaruhi validitas serta ketepatan hasil penelitian. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data harus dilakukan secara tepat dan sistematis agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui kegiatan observasi dan wawancara di lapangan, sehingga memiliki tingkat relevansi dan akurasi yang tinggi sesuai dengan objek penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumen, arsip, serta data pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Penggunaan kedua jenis data tersebut bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap dan mendalam (Sulung dan Muspawi, 2024).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang berkaitan dengan objek penelitian. Data ini dikumpulkan oleh peneliti melalui interaksi langsung dengan informan menggunakan teknik seperti wawancara dan observasi. Sulung dan Muspawi (2024) menyatakan bahwa data primer adalah sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber asli, seperti melalui wawancara dan observasi.

A. Wawancara (Semi Terstruktur)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam terkait objek

penelitian. Wawancara termasuk dalam metode pengumpulan data primer yang memberikan informasi secara langsung dari sumber utama sehingga lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sulung dan Muspawi, 2024).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan informan yang memiliki keterkaitan langsung dengan proses penagihan, yaitu *Supervisor C0* pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung. Wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) pada tanggal 17 Desember 2025 pukul 09.30 dan 11.30 dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan rinci mengenai proses penagihan, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan pedoman wawancara sebagai acuan dalam mengajukan pertanyaan, namun tetap memberikan keleluasaan untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan kondisi di lapangan. Proses wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan, kemudian jawaban yang diperoleh dicatat dan didukung dengan penggunaan alat bantu berupa rekaman suara guna memastikan keakuratan data yang diperoleh.

B. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Observasi termasuk dalam metode pengumpulan data primer yang memungkinkan peneliti memperoleh data secara nyata berdasarkan fenomena yang terjadi (Sulung dan Muspawi, 2024).

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di Divisi *Collection* PT FIGROUP Cabang Lampung, khususnya pada kegiatan penagihan. Pelaksanaan observasi berlangsung dari 1 Juli 2025 sampai dengan 31 Desember 2025. Melalui observasi ini, peneliti dapat mengidentifikasi secara langsung proses pelaksanaan penagihan, alur kerja, serta kondisi yang terjadi selama kegiatan penagihan berlangsung. Observasi yang dilakukan bersifat partisipatif, yaitu peneliti terlibat secara langsung dalam aktivitas yang diamati, khususnya dalam kegiatan penagihan. Melalui keterlibatan tersebut, peneliti dapat memahami secara lebih mendalam proses kerja, pola komunikasi, serta kondisi yang terjadi selama pelaksanaan penagihan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti dokumen, literatur, maupun arsip yang relevan dengan penelitian. Menurut Sulung dan Muspawi (2024), data sekunder adalah data yang diperoleh melalui perantara dan berasal dari sumber yang sudah ada, seperti buku, jurnal, maupun dokumen.

A. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa arsip, laporan, catatan, maupun data tertulis lainnya yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian, dokumentasi termasuk dalam data sekunder yang diperoleh melalui sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti laporan atau dokumen perusahaan (Sulung dan Muspawi, 2024). Data dokumentasi digunakan sebagai pelengkap untuk mendukung serta memperkuat data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data terkait kegiatan penagihan dan dokumen lain yang berkaitan dengan proses penagihan pada Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif merupakan proses mengolah data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, mengelompokkan ke dalam kategori tertentu, menyusun pola, serta menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami (Hardani dkk., 2020).

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai. Model analisis yang digunakan mengacu pada model analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, serta pengelompokkan data yang diperoleh dari lapangan. Data yang telah dikumpulkan kemudian diseleksi berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu proses penagihan terhadap *customer* C0, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan oleh Divisi *Collection*.

Proses reduksi data dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung dengan cara merangkum data, mengelompokkan berdasarkan tema, serta membuang data yang tidak relevan. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa reduksi data merupakan proses menyederhanakan dan

mengorganisasikan data sehingga memudahkan dalam penarikan kesimpulan (Hardani dkk., 2020).

2. Penyajian Data (*Data Display*)

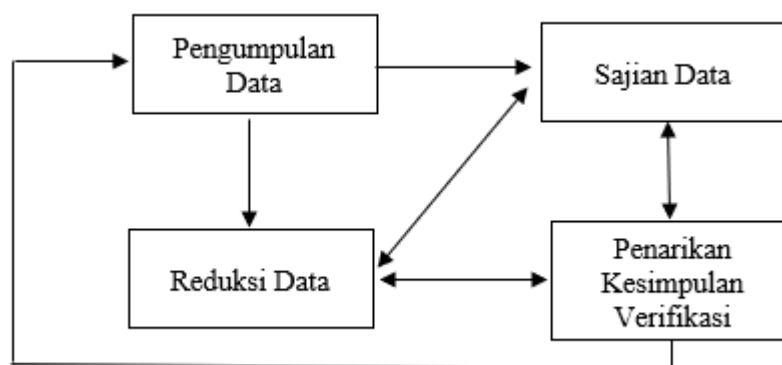
Penyajian data dilakukan dengan menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk uraian deskripsi sehingga memudahkan peneliti dalam memahami keseluruhan informasi yang diperoleh. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi yang menggambarkan proses penagihan, kendala internal dan eksternal, serta upaya penyelesaiannya.

Penyajian data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat pola hubungan antar data serta membantu dalam pengambilan keputusan selanjutnya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif umumnya dilakukan dalam bentuk teks naratif, bagan, maupun hubungan antar kategori (Hardani dkk., 2020).

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Dawing and Verification*)

Tahap akhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data. Kesimpulan yang dihasilkan bersifat sementara pada tahap awal, namun akan berkembang dan menjadi lebih kuat setelah didukung oleh data yang valid dan konsisten.

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi pola, hubungan, serta makna dari data yang telah dianalisis, sehingga dapat menjawab rumusan masalah mengenai proses penagihan, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan oleh perusahaan. Kesimpulan yang diperoleh harus relevan dengan tujuan penelitian dan didukung oleh data yang kredibel (Hardani dkk., 2020).



Gambar 3.1 Komponen Analisis Data: Model Interaktif

Sumber: Miles dan Huberman (2018)

3.7 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Salah satu teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menguji kredibilitas data dengan cara menggabungkan berbagai teknik dan sumber data. Menurut Hardani dkk., (2020) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada, sekaligus digunakan untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dari beberapa informan yang berkaitan dengan proses penagihan terhadap *customer* C0 di Divisi *Collection* PT FIFGROUP Cabang Lampung. Informan dalam penelitian ini yaitu *Supervisor* C0, sehingga data yang diperoleh dapat dibandingkan untuk mengetahui kesesuaian informasi yang diberikan. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan beberapa teknik tersebut bertujuan untuk memperkuat data penelitian sehingga informasi yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu teknik pengumpulan

data saja. Sebagaimana dijelaskan oleh Hardani dkk., (2020) triangulasi tidak hanya bertujuan mencari kebenaran data, tetapi juga untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap fenomena yang diteliti serta memperkuat kredibilitas data yang diperoleh. Melalui penerapan triangulasi tersebut, data yang diperoleh diharapkan menjadi lebih konsisten, lengkap, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, hasil penelitian mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis proses penagihan terhadap *customer* kategori C0 pada Divisi *Collection* PT FIGROUP Cabang Lampung, maka dapat disimpulkan bahwa penagihan dilaksanakan melalui kegiatan *desk call* dengan menghubungi konsumen berdasarkan data kontak yang tersedia pada sistem perusahaan, namun belum berjalan secara optimal. Pelaksanaannya terhambat oleh kendala internal berupa ketidakakuratan data kontak konsumen dalam sistem perusahaan, serta kendala eksternal berupa rendahnya respons konsumen saat dihubungi, persepsi konsumen yang menganggap keterlambatan pembayaran belum bersifat serius, pola perilaku tidak kooperatif berdasarkan riwayat pembayaran, dan perubahan preferensi media komunikasi yang lebih condong ke pesan singkat dibandingkan telepon. Dalam menghadapi kendala tersebut, Divisi *Collection* melakukan upaya penanganan secara bertahap meliputi kunjungan langsung ke rumah konsumen, pembaruan data kontak, penerapan pendekatan komunikasi persuasif yang disesuaikan dengan karakter konsumen, pemberian surat somasi secara selektif, serta pembuatan kesepakatan pembayaran sebagai bentuk komitmen konsumen dalam menyelesaikan kewajibannya.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan mengkaji proses penagihan pada kategori *customer*

C1 dan C2 guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan penagihan piutang di perusahaan pembiayaan.

2. Bagi Perusahaan

PT FIFGROUP Cabang Lampung disarankan untuk meningkatkan efektivitas proses penagihan terhadap *customer* kategori C0 melalui beberapa upaya strategis. Pertama, pembaruan data kontak *customer* secara berkala perlu dilakukan, mencakup verifikasi kontak darurat, alamat kantor, serta informasi pendukung lainnya guna meminimalkan kesalahan kontak dalam pelaksanaan penagihan. Kedua, perusahaan disarankan untuk memanfaatkan media komunikasi alternatif seperti *WhatsApp* bisnis dengan fitur *autobound*, *interactive SMS/blast link*, serta portal pelanggan sebagai pendukung kegiatan *desk call*, sekaligus menerapkan penjadwalan ulang panggilan berdasarkan pola waktu yang lebih bervariasi, penggunaan *local masking number* maupun pergantian nomor seluler secara berkala, serta mengevaluasi hari pengiriman notifikasi pengingat pembayaran sehingga informasi jatuh tempo dapat tersampaikan kepada *customer* secara lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afryadi, H., Mardiansyah, A., Habibillah, F., Badruttamam, M. K. M., Yuliananta, W. D., & Aldiansyah. (2025). Analisis Sistem Informasi Untuk Mendukung Proses Bisnis Pada Unit Payment Collection PT Telkom Witel Jambi. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1274–1280. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.656>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Awahita, N., & Irbayuni, S. (2026). RESPON NASABAH PEGADAIAN TERHADAP PESAN PENGINGAT JATUH TEMPO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 432–442.
- Chosyali, A., & Sartono, T. (2019). Optimalisasi Peningkatan Kualitas Kredit Dalam Rangka Mengatasi Kredit Bermasalah. *Law Reform: Jurnal Pembaharuan Hukum*, 15(1), 98–112. <https://doi.org/10.14710/lr.v15i1.23357>
- Daryati, E. (2021). Efektivitas Pengelolaan Piutang, Pengendalian Piutang, dan Perputaran Piutang pada Koperasi Sagurisi Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(2), 153. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/556>
- Haq, A. N., & Handayani, A. (2024). Analisis Pengendalian Intern Piutang Dalam Meminimalkan Risiko Piutang Tak Tertagih Pada Pt Xyz. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 69–83. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i1.34028>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*.
- Hertoni, Y., Irhamni, G., & Sanusi. (2018). Pola Komunikasi Branch Collection Dalam Proses Penagihan Pembiayaan Bermasalah Kepada Debitur/Nasabah PT. Bank MUamal Indonesia, Tbk Cabang Banjarmasin. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 96–113. <https://doi.org/10.31602/alkalam.v5i2.1715>
- Kharismaputra, A. P., Rizkyana, F. W., & Susanti, A. (2022). Sistem Informasi Administrasi Perkantoran: Meningkatkan Efisiensi dan Produktivitas. *Business and Accounting Education Journal*, 3(3), 402–407.

<https://doi.org/10.15294/baej.v3i3.68922>

- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Tri Indah Kusumawati. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), 58–98.
- Nurhidayah, & Hasibuan, N. F. A. (2022). Peranan Unit Payment Collection Dalam Melakukan Penagihan Piutang Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk WITEL MEDAN. *Jurnal Akuntansi*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46576/wjs.v2i1.2609>
- Rahmania, Y. F., A. Futaki, D., & Pratama, A. R. (2022). Pertanggungjawaban Perusahaan Terhadap Pemotongan Upah Karyawan Kontrak Pada Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang. *Perspektif*, 27(1), 1–11. <https://doi.org/10.30742/perspektif.v27i1.817>
- Sabrila, E. A., & Murwaningsih, T. (2025). Penerapan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan pada Bagian Protokol Komunikasi dan Administrasi Pimpinan Setda Surakarta Pendahuluan. *JIKAP: Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 9(1), 41–50.
- Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Science Research*, 3, 9680–9694.
- Saputra, A. A., Nasruddin, Ikhwan, S., Harini, D., & Zaman, M. B. (2020). Pengaruh Pengendalian Internal Piutang terhadap Efektivitas Penagihan Piutang Usaha Pada CV Dian Ayu Setiabudi Brebes The Influence of Receivables Internal Control on The Effectiveness of Trade Receivables. *Journal of Accounting and Finance*, 2(1), 55–68.
- Sazida Ardellia, A., Raharso, S., Sutisna, M., Chaniago, H., & Mukaram. (2024). Perancangan Standar Operasional Prosedur (SOP) Penagihan Piutang sebagai Solusi Mengurangi Risiko Keterlambatan Pembayaran. *Perancangan Standar Operasional (Ardellia, Dkk.) Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 57(7), 57–63. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14219478>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. *Jurnal Edu Research*, 5(September), 110–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Suryadi, A., & Andryani, R. J. (2023). Manajemen Strategi Divisi Collection Dalam Upaya Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada PT Suzuki Finance. *Capitalis: Journal Of Social Sciences*, 1(1), 134–141.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1, 13–23.
- Taufiq, M. I., Hoerudin, C. W., & Farida, A. S. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Kegiatan Administrasi Perkantoran pada Kantor Desa

Cikalong. *Jurnal Birokrasi Dan Pemerintahan Daerah*, 4(3), 103–117.

- Warsela, M., Wahyudi, A. D., & Sulistiyawati, A. (2021). Penerapan Customer Relationship Management Untuk Mendukung Marketing Credit Executive (Studi Kasus : PT FIF GROUP). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 78–87. <https://doi.org/10.33365/JTSI.V2I2.870>
- Widowati, R., Estiana, R., & Syaputra, Y. W. (2021). Analisis Proses Penagihan Piutang Pelanggan di PT Tangkas Cipta Optimal, Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 7(02), 14–22. <https://doi.org/10.47686/jab.v7i02.444>
- Zaki, I. R., Subarno, A., & Umam, M. C. (2023). Komunikasi bisnis pada masa pandemi Covid 19 (Studi kasus di Ubigo Karanganyar). *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 7(3), 273. <https://doi.org/10.20961/jikap.v7i3.72683>