

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini banyak berbagai macam perusahaan mulai dari perusahaan yang berskala kecil hingga besar seperti perusahaan jasa maupun perusahaan yang menjual produk seiring dengan perkembangan jaman. Perusahaan saling berlomba-lomba dengan perusahaan lain agar dapat memperoleh keuntungan, dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan. Dalam persaingan bisnis salah satu yang menjadikan sebuah perusahaan bertahan bukan hanya masalah keuangan yang mencukupi, sarana dan prasarana yang mumpuni dan modern, tetapi sangat bergantung pada strategi dan kerjasama yang digunakan dalam perusahaan kepada pihak eksternal. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti mempunyai strategi masing-masing untuk mengatur aktivitas perusahaan.

Salah satu aktivitas yang fundamental dalam suatu perusahaan adalah penjualan perusahaan. Penjualan perusahaan memegang peranan penting dalam perusahaan yang mana merupakan suatu usaha perusahaan guna mencapai tujuannya. Tujuan dari penjualan tersebut yaitu memperoleh keuntungan yang didapatkan dari hasil penjualan produk maupun jasa perusahaan. Berdasarkan data yang dihimpun Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia saat ini daya saing UMKM terus meningkat, pemerintah merencanakan program digitalisasi yang mana menargetkan 30 juta pelaku UMKM masuk dalam ekosistem digital di tahun 2024. Digitalisasi diharapkan dapat menjadi kunci utama untuk mendorong pemulihan ekonomi yang disebabkan karena adanya penyebaran virus korona yang memicu

penurunan permintaan barang dan jasa. Sehingga diperlukan terobosan baru dan inovasi agar UMKM dapat tetap bertahan dan tumbuh yaitu melalui digitalisasi, mengingat peningkatan jumlah transaksi secara daring sebesar 26 persen atau 3,1 juta transaksi per hari serta kenaikan 35 persen pengiriman barang. Hal ini menjadi peluang besar bagi UMKM untuk bisa memenuhi pasar daring yang terbuka sangat lebar.¹

. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan saling berlomba-lomba melakukan berbagai inovasi dalam penjualannya tidak hanya secara tunai melainkan juga dalam bentuk kredit secara online untuk memperoleh pendapatannya. Namun, sebagai akibat penjualan secara kredit online tersebut maka akan timbul piutang usaha. Dalam pelaksanaan piutang usaha tersebut munculah kendala yang dihadapi perusahaan yaitu adanya debitur yang tidak melunasi pinjaman sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama di awal.

Dalam hal ini terkait dengan perilaku debitur tersebut, disinilah peran *desk collection* dibutuhkan. Mereka ditugaskan untuk menelpon dan mengingatkan nasabah agar segera melakukan pembayaran.² *Deskcall* memiliki peran dalam menginformasikan, mengingatkan, serta menagih kewajiban debitur untuk melunasi pinjamannya melalui media telepon. Penagihan yang dilakukan merupakan salah satu proses yang dilakukan perusahaan karena merupakan hak perusahaan pembiayaan selaku pemberi pinjaman terhadap debitur berdasarkan perjanjian yang telah disepakati.

Seiring perkembangan pembiayaan yang tumbuh signifikan juga terdapat juga

¹ Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2021. *Target Pemerintah 30 Juta Umkm Masuk Ekosistem Digital Pada Tahun 2024*. <https://kemenkopukm.go.id/read/target-pemerintah-30-juta-umkm-masuk-ekosistem-digital-pada-tahun-2024> (Diakses pada 10 Oktober 2021 21.00 WIB)

² Top Career.Id.2021. *Membahas Desk Collection, Pengingat Utang Nasabah*. <https://topcareer.id/read/2019/08/30/2748/begini-cara-desk-collection-menagih-hutang-nasabah/> (Diakses pada 10 Oktober 21.30)

pembiayaan bermasalah, yang mana mutu pembiayaan tidak berhasil.³ Dengan demikian proses *collection* yang dilakukan *deskcalls* ditujukan untuk menjaga status pembiayaan tersebut menjadi lancar, dan menjaga layanan agar debitur tetap melakukan pembayaran di kemudian hari, dan tidak terjadi pembiayaan bermasalah kembali.

Di dalam proses *collection*, setiap *deskcalls* memiliki strategi agar dapat memastikan pembayaran dari debitur sehingga dapat mencapai target. Salah satu strategi yang berperan di dalam proses *collection* adalah strategi negosiasi. Negosiasi merupakan langkah yang diambil dalam pengambilan keputusan oleh kedua belah pihak sehingga dapat tercapai persetujuan sehingga dapat mengambil tindakan yang akan dilakukan selanjutnya. Misalnya saat menangani debitur ada seorang debitur yang sulit untuk membayar dengan suatu alasan tertentu sehingga sudah telat dari jatuh tempo yang ditentukan, di sinilah *deskcalls* harus bisa melakukan negosiasi lebih dalam kepada debitur. Seperti mendengarkan keluh kesahnya, membantu meringankan dengan menawarkan solusi pembayaran cicilan beberapa persen dari total pinjaman keseluruhan agar pada akhirnya debitur setuju untuk melakukan pembayaran cicilan.

Pada intinya hasil akhir dari sebuah negosiasi adalah kesepakatan yang telah disetujui bersama. Dalam proses negosiasi dari awal hingga akhir juga berpotensi untuk terjadinya konflik. Konflik yang muncul dapat menghambat terjadinya kesepakatan. sehingga perlu adanya strategi khusus dalam mencapai kesepakatan dalam bernegosiasi.

Negosiasi dalam dunia *collection* digunakan agar mencapai kesepakatan dalam menyamakan persepsi sehingga keduanya saling menegerti, dan setuju atas apa yang

³ Sutoyo Siswanto. 1997. *Menangani Kredit Bermasalah, Konsep, Teknik, dan Kasus*. Jakarta: Pustaka Binaman Presindo. Hal 29.

disepakati dalam perjanjian debitur dengan perusahaan. Maka dari itu seorang *deskkall* harus memiliki strategi negosiasi yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam proses penagihan antara *desk collection* dengan debitur. Dengan demikian kondisi saling menguntungkan dapat terwujud antara kedua belah pihak (*win-win solution*).

PT Telmark Integrasi Indonesia sebagai perusahaan *Business Process Outsourcing (BPO)* adalah perusahaan yang cukup berkembang saat ini. PT Telmark Integrasi Indonesia sudah tersertifikasi oleh Kemenkominfo & juga APFI (Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia) sehingga legalitas perusahaan sudah pasti.⁴ Perusahaan ini didirikan pada tahun 2016 dan memiliki beberapa klien yang bekerja sama seperti Shopee, Akulaku, Asetku, Lazada, Kredit Pintar, dll yang mana bergerak di bidang pelayanan konsumen salah satu fokusnya adalah di bidang penagihan. Dalam pelaksanaannya dalam bidang penagihan juga tidak terlepas dari kendala, kendala yang dihadapi adalah adanya debitur yang ingkar janji yang mana tidak dapat melunasi pinjaman sesuai dengan waktu yang disepakati bersama. Pembayaran yang seringkali tidak tepat waktu lebih dari jangka tempo yang sudah diberikan kepada debitur menjadi suatu masalah utama bagi perusahaan dikarenakan pemasukan perusahaan menjadi tidak lancar sehingga keuntungan yang didapat oleh perusahaanpun juga menurun.

PT. Telmark Integrasi Indonesia sebagai mitra perusahaan menciptakan strategi negosiasi dengan didukung oleh orang-orang yang secara khusus yang memiliki keahlian dalam negosiasi dan memiliki tugas untuk memastikan setiap debitur yang melakukan peminjaman dapat melunasi pinjamannya tepat pada waktunya. Orang-orang dipekerjakan secara khusus tersebut yang menentukan keberhasilan PT

⁴ "Profil Perusahaan" <https://telmark.co.id/about-us> (Diakses pada 1 Oktober 2021 19.00 WIB)

Telmark dalam melakukan penagihan.

Deskcall PT Telmark Integrasi Indonesia mengedepankan upaya komunikatif dengan debitur dengan strategi negosiasi sesuai dengan SOP agar terjadi kesepakatan kedua belah pihak dan pada akhirnya tujuan perusahaan agar debitur melunasi pinjamannya dapat tercapai sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang pelayanan konsumen seperti Convergence, BHD, Agent & Co, dll.

Penagihan yang dilakukan oleh *deskcall* diawali dengan upaya membangun kontak kepada debitur terlebih dahulu, lalu seorang *deskcall* akan berinteraksi dengan debitur melalui sebuah alat komunikasi jarak jauh yaitu telepon. Di dalam proses penelponan tersebut akan terjadi interaksi antara *deskcall* dengan debitur yang mana mereka akan saling tawar-menawar dan melakukan negosiasi agar tercapai kesepakatan bersama. Sehingga dari interaksi yang dilakukan memerlukan strategi negosiasi dalam menangani debitur. Pada saat proses penagihan, negosiasi dapat berhasil apabila kedua belah pihak menyepakati apa yang telah disepakati bersama. Hal tersebut yang menentukan apakah pesan seorang *deskcall* telah tersampaikan sehingga berhasil membuat debitur mau melunasi pinjamannya.

Sebelumnya, terdapat beberapa hasil penelitian yang membahas tema yang sama seperti bagaimana pola komunikasi dalam menangani kredit bermasalah, bagaimana teknik penyelesaian kredit bermasalah, dll.⁵ Penelitian-penelitian tersebut mengambil sudut permasalahan tentang kredit bermasalah, sehingga membuat peneliti tertarik mengambil tema yang sama, namun dengan sudut pandang yang berbeda yakni bagaimana strategi negosiasi *desk collection* dalam menangani debitur melalui di PT. Telmark Integrasi Indonesia.

⁵ Della Oktavinoarti, "Pola Komunikasi Debt Collector Dalam Proses Penagihan Kredit Mikro Kepada Debitur Bank Mandiri (Kcp Marpoyan) Pekanbaru", <https://media.neliti.com/media/publications/189279-ID-pola-komunikasi-debt-collector-dalam-pro.pdf> (diakses pada 10 juli 22.00 WIB)

Penelitian ini berfokus pada Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021. Kegiatan penagihan yang dilakukan oleh PT Telmark merupakan salah satu bidang fokus yang dilakukan oleh PT Telmark. PT Telmark Integrasi Indonesia memiliki strategi yang diterapkan demi keberlangsungan perusahaan yakni melalui negosiasi dengan debitur agar melunasi tagihan yang harus dibayarkan (kredit bermasalah).

Berdasarkan penjabaran diatas peneliti mencoba mengamati dan meneliti bagaimana strategi negosiasi yang dilakukan oleh *desk collection*. Strategi Negosiasi yang dilakukan *desk collection* merupakan salah satu strategi yang penting dalam proses penagihan agar dapat berjalan dengan baik dan tercipta suatu kesepakatan dalam negoisasi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan agar lebih memahami dan mendalami bagaimana strategi negosiasi itu sendiri khususnya strategi negosiasi di PT Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta sehingga kedepannya dapat diaplikasikan dan dikembangkan ke dalam penelitian selanjutnya dan dapat digunakan sebagai pegangan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, penulis menarik rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis ialah untuk memahami dan menjelaskan Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban dari permasalahan yang sedang diteliti dengan tujuan mengembangkan penalaran dan membentuk pola pikir yang dinamis. Penelitian ini juga untuk mengetahui dan mengukur kemampuan penulis dalam penerapan ilmu yang diperoleh. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu PT Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta dalam memberikan gambaran dan informasi kepada perusahaan tentang Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021 serta dapat menjadi bahan untuk acuan dan pegangan perusahaan lain terlebih yang berskala menengah kebawah mengenai strategi negosiasi agar dapat diaplikasikan dan diharapkan dapat berkembang setelahnya.

2. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah dapat memperkaya penelitian tentang bagaimana Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021 serta menjadi salah satu kajian untuk penulisan karya ilmiah yang sejenis. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan hasil dan manfaat bagi bidang ilmu komunikasi terutama dalam strategi negosiasi.

1.5 Kerangka Konsep

Ada beberapa landasan yang menjadi kerangka konsep yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Untuk menjelaskan kerangka konsep dari penelitian ini guna memahami permasalahan dan menafsirkan lebih lanjut, maka penulis membagi menjadi beberapa konsep sebagai berikut:

1. Strategi Negosiasi

Strategi menurut Onong Uchjana Effendy adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan.⁶ Strategi digunakan sebagai landasan untuk merencanakan pencapaian atas tujuan tersebut. Akan sangat mudah untuk mencapai suatu tujuan ketika sudah menyiapkan strategi sebelumnya.

Sedangkan Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965) mengemukakan bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.⁷

Negosiasi adalah proses tawar menawar antara seseorang dengan sasaran lobi untuk mencapai sebuah kesepakatan.⁸ Pendapat lain, Tim Hindle (dalam Rustono, 2008) dalam bukunya *Negotiation Skills* menyebutkan “*The art of negotiation is based on attempting to reconcile what constitutes a good result for the other party*”. Negosiasi adalah keterampilan yang dapat dipelajari oleh setiap orang.⁹

Di dalam proses berlangsungnya negosiasi terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui sehingga negosiasi dapat terwujud dan berjalan dengan

⁶ Onong Uchjana Effendi. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 29.

⁷ Andrews, K. R. 1980. *The Concept Of Corporate Strategy*. Homewood: Richard D. Irwin, Inc.

⁸ Roy J. Lewicki dkk, 201. *Negosiasi*. Jakarta: Salemba Humanika. Hal 3.

⁹ Rustono. 2008. *Peran Komunikasi dan Negosiasi Dalam Hubungan Pemutusan Kerja (PHK)*. Jurnal Pengembangan Humaniora, 8 No. 3, 2008.

baik. 7 tahapan *integrative negotiation* menurut Greenhalg (2001):¹⁰

1. Persiapan

Menentukan tujuan yang mana mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan *collection* karena itulah yang menjadi bekal dalam proses negosiasi nantinya.

2. Pembinaan Hubungan

Memahami letak persamaan dan perbedaan antara kedua belah pihak, sehingga tercipta komitmen untuk mencapai *win-win solution*.

3. Pengumpulan Informasi

Mempelajari hal-hal yang perlu diketahui terkait data pihak lain. Memikirkan berbagai kemungkinan yang terjadi jika gagal mencapai kesepakatan dengan pihak lain dengan informasi yang dimiliki.

4. Penggunaan Informasi

Dalam hal ini, penggunaan informasi digunakan untuk menganalisa data yang telah diperoleh dan menentukan strategi seperti apa yang digunakan. Kemampuan dalam menganalisi dan membaca karakter lawan sangat dibutuhkan.

5. Penawaran (*bidding*)

Penawaran adalah proses yang dilalui oleh masing-masing pihak untuk melakukan penawaran kepada lawan negosiasi yang mana berujung dengan kesepakatan, dan kedua belah pihak merasa saling diuntungkan.

6. Menutup Penawaran

Di tahap penawaran antara satu sama lain saling meyakinkan apakah kesepakatan yang telah dibuat sudah bisa dilakukan, ditekankan sekali lagi agar

¹⁰ Roy, *Op.Cit.*, Hal 145.

tidak terjadi *miss communication* antara kedua belah pihak.

7. Menerapkan Kesepakatan

Menentukan bagaimana kelanjutan setelah kesepakatan tercapai. Jangan sampai malah menimbulkan masalah dikemudian hari. Jangan sampai ada poin yang terlewatkan atau bahkan situasi yang ada telah berubah dan menimbulkan isu-isu yang baru. Kesepakatan harus jelas dan jangan sampai salah satu pihak mengingkari kesepakatan yang telah dibuat.

Kesimpulan kedua konsep tersebut dapat dikatakan strategi negosiasi adalah sebuah cara atau taktik (perencanaan) yang digunakan sebagai landasan pada proses negosiasi guna mencapai tujuan yaitu mencapai kesepakatan sehingga bisnis dapat berjalan dengan lancar. Strategi negosiasi ini juga digunakan sebagai alat untuk bersaing dengan perusahaan lain sehingga dapat mempertahankan eksistensi perusahaan.

2. Penanganan Debitur dalam Konteks Kredit Bermasalah

Debitur adalah orang atau badan usaha yang memiliki hutang kepada bank atau lembaga pembiayaan lainnya karena perjanjian atau undang-undang.¹¹ Debitur menerima sesuatu dari pihak lainnya (kreditur) dan dijanjikan oleh debitur untuk membayar kembali di waktu yang telah disepakati. Pemberian pinjamannya memerlukan sebuah jaminan atau agunan dari pihak debitur. Apabila seorang debitur gagal membayar pada tenggang waktu yang telah disepakati, maka akan ada suatu proses penagihan oleh *desk collection*.

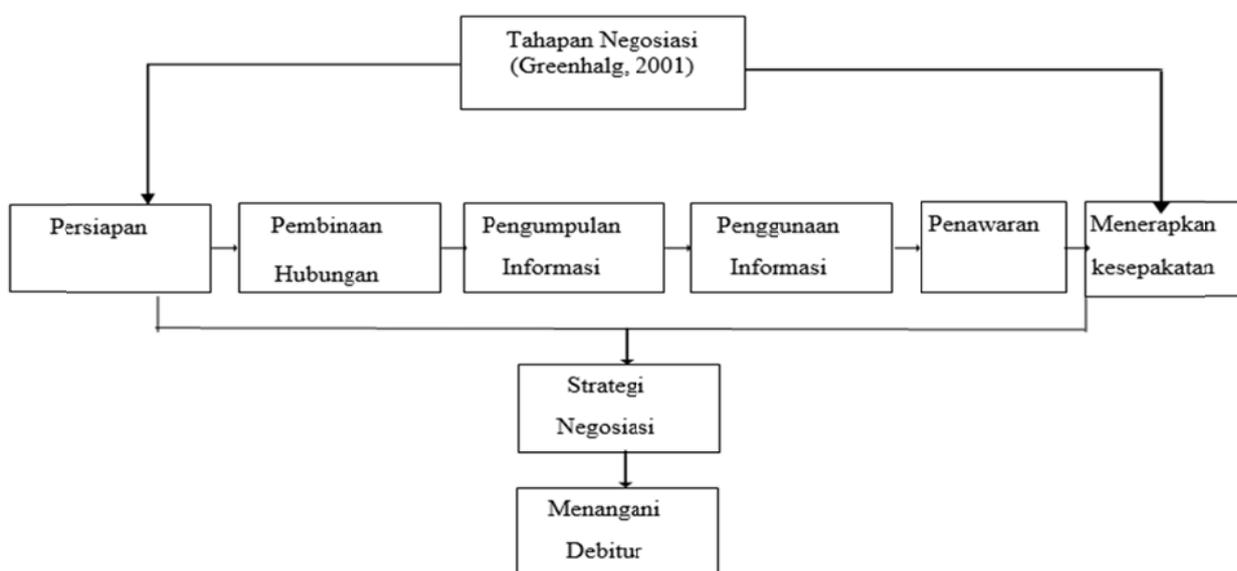
Kredit bermasalah adalah pinjaman yang mengalami kesulitan pelunasan akibat adanya faktor kesengajaan seperti penyimpangan yang dilakukan debitur maupun faktor ketidaksengajaan atau faktor eksternal diluar kemampuan kendali

¹¹ Riduan Tobink, Bill Nikholaus. 2003. *Kamus Istilah Perbankan*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco. Hal .118.

debitur seperti kondisi ekonomi yang buruk.¹²

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa debitur merupakan orang atau badan usaha yang menangani kredit bermasalah yang melewati batas perjanjian yang telah disepakati antara kedua belah pihak di mana hal tersebut menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak atau keduanya.

Dendawijaya (2009:82) menyatakan dalam praktik perbankan sehari-hari, pengertian kredit bermasalah adalah kredit-kredit yang kategori kolektibilitasnya masuk dalam kriteria kredit kurang lancar, kredit diragukan, dan kredit macet.¹³



Gambar 1.1 Kerangka Konsep Penelitian

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021)

¹² Sutarno. 2014. *Aspek-aspek Hukum Perkreditan pada Bank*. Bandung: Alfabeta. Hal 264.

¹³ Dendawijaya, Lukman. 2009. *Manajemen Perbankan*, Edisi Kedua, Jakarta: Ghalia Indonesia.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, jenis penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi secara menyeluruh terhadap masalah yang akan diteliti dan diamati.

Dalam penelitian kualitatif tersebut permasalahan yang hendak diteliti oleh peneliti masih bersifat sementara, teori yang digunakan dalam penyusunan proposal kualitatif juga masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti sudah memasuki lapangan.

Penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif ini karena penulis ingin mengetahui bagaimana Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021. Oleh karena itu, peneliti dapat melihat bagaimana Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021.

1.6.2 Subjek dan Objek Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan penulis lakukan, berikut ini merupakan subjek dan objek yang akan digunakan oleh penulis:

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang dijadikan sumber data atas informasi atau keterangan yang hendak didapatkan. Subjek dalam penelitian ditentukan agar penulis mendapatkan informasi secara jelas dan mendalam. Subjek penelitian dipilih atas dasar masalah yang diangkat dalam penelitian. Subjek penelitian ini didasarkan atas tujuan peneliti dalam mengungkap masalah yang diangkat dalam penelitian.¹⁴

Adapun subjek penelitian yang ditentukan oleh peneliti merupakan orang yang berkompeten dalam memberikan informasi terkait permasalahan yang hendak diteliti. Tiga orang karyawan PT Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta yang nantinya akan menjadi subjek dalam penelitian ini. Yang pertama adalah Manajer *desk collection* dan staf *desk collection* karena peneliti ingin mendalami bagaimana strategi negosiasi dalam proses *collection*.

Alasan memilih Manajer *Desk Collection* memang memiliki peran untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengkoordinasikan, dan melaksanakan program kegiatan pengembangan dan implementasi strategi komunikasi perusahaan baik komunikasi dengan internal maupun eksternal.

Alasan memilih staf *desk collection* karena staf *desk collection* ini yang memang memiliki peran untuk mengingatkan secara langsung kepada debitur melalui telepon terkait tagihan dan kewajiban pembayaran yang sudah atau lebih dari jatuh tempo dan sebagai berperan sebagai negosiator agar debitur mau melunasi tagihan yang

¹⁴ Muhammad Idrus. 2009. *Metode Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: UII Press. Hal 91.

harus dibayarkan (kredit bermasalah).

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah topik permasalahan yang ingin diketahui atau diteliti dari subjek penelitian yang sudah ditentukan. Adapun objek dari penelitian ini yaitu bagaimana Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021. Objek dari penelitian ini bagaimana melihat strategi negosiasi *desk collection* dalam menangani debitur berdasarkan pada informasi dan data yang diperoleh nantinya serta disesuaikan dengan penelitian yang hendak berjalan.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data. Proses ini merupakan proses salah satu proses yang sangat berpengaruh di dalam melakukan sebuah penelitian. Apabila peneliti tidak mengetahui teknik dari pengumpulan data atas penelitian yang dilakukan, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang dapat memenuhi standar.⁵ Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui strategi negosiasi yang digunakan PT Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta pada saat menangani debitur. Untuk memperoleh data agar penelitian berjalan dengan lancar dan hasil sesuai dengan yang diperlukan, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data utama atau data yang langsung memberikan

informasi inti kepada peneliti. Dalam menyusun penelitian ini, data primer yang digunakan peneliti adalah wawancara dan observasi deskriptif dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dengan suatu tujuan tertentu dan dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁵ Pewawancara perlu membuat beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan terlebih dahulu sebelum melakukan proses wawancara. Untuk mendapatkan informasi yang akurat peneliti harus membangun suasana dan hubungan yang baik dengan narasumber utama tersebut sehingga narasumber bersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pewawancara dengan sebenar-benarnya.

2. Observasi Deskriptif

Observasi deskriptif adalah suatu cara untuk memperoleh data dengan cara mengamati keadaan sekitar. Observasi pada tahap ini sering disebut sebagai *grand tour observation*, dan peneliti menghasilkan kesimpulan pertama.¹⁶ Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan observasi dengan berperan serta secara langsung (observasi partisipan). Penulis akan terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Peneliti juga ikut serta dalam melakukan aktivitas yang dilakukan narasumber sehingga dapat mengetahui dan merasakan bagaimana suka

¹⁵ Lexy J. Moleong. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 186.

¹⁶ Sugiyono, *Op.Cit.*, Hal 230.

dukanya. Dengan demikian, peneliti akan memperoleh data secara lengkap dari setiap perilaku yang terlihat dan diamati oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang didapatkan peneliti namun tidak secara langsung melainkan lewat orang lain atau dokumen.¹⁷ Dalam menyusun penelitian ini, data sekunder yang digunakan penulis adalah dokumentasi dan studi pustaka dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan suatu kejadian yang sudah lalu.¹⁸ Dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dokumentasi berupa gambar atau foto sebagai bentuk catatan kejadian yang telah berlalu. Penulis akan mengabadikan proses observasi deskriptif dan wawancara dengan karyawan PT. Telmark Integrasi Indonesia.

2. Studi Pustaka

Dalam studi pustaka, peneliti berusaha mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang sangat berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti. Teori dan konsep dasar yang digunakan berdasarkan dari berbagai macam sumber, seperti buku, jurnal, internet atau *website*, dan bahan bacaan yang lain tentunya yang relevan dengan penelitian yang diambil.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses yang dilakukan dalam penelitian yang mana

¹⁷ Sugiyono, *Op.Cit.*, Hal 137.

¹⁸ Sugiyono, *Op.Cit.*, Hal. 329.

mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.¹⁹ Data yang telah terkumpul nantinya akan banyak yang terdiri dari catatan peneliti, respon narasumber, dokumen-dokumen seperti gambar, tulisan, laporan, dan lain-lain.

Adapun tahapan-tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:²⁰

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh oleh peneliti akan dipilih mana yang utama kemudian

difokuskan pada hal yang penting dan dicari pola dan temanya. Data tersebut

diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan catatan lapangan. Data yang akan diperoleh merupakan data yang terkait dengan strategi negosiasi *desk collection* di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta dalam menagih pembayaran debitur.

2. Penyajian Data

Metode penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan informasi yang telah ada, selanjutnya membuat kesimpulan, dan mengambil tindakan yang hendak dilakukan selanjutnya. Penyajian data ini dapat berupa uraian maupun dalam bentuk bagan agar memudahkan yang disajikan.

¹⁹ Lexy, *Op.Cit.*, Hal 280.

²⁰ Sugiyono, *Op.Cit.*, Hal 338.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan teknik analisis data yang terakhir yang mana kesimpulannya merupakan temuan baru. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan bukti lain yang lebih kuat dan akurat namun apabila kesimpulan awal tersebut sudah didukung dengan data atau bukti yang konsisten dan akurat/valid maka kesimpulan bersifat kredibel. Pada tahap terakhir ini akan diketahui hasil dari data berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan sehingga dapat dipergunakan dengan semestinya.

Analisis data pada penelitian ini diawali dari tahap reduksi data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi melalui proses analisis dan penafsiran. Setelah dilakukan analisis dan penafsiran, kemudian data disajikan dalam sekumpulan informasi yang mudah dipahami maknanya melalui uraian atau bagan. Selanjutnya, peneliti melakukan penganggabungan teori yang sudah ada dengan hasil yang ada di lapangan dan melakukan perbandingan sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dan digunakan sebagai jawaban dari pertanyaan atas permasalahan yang diteliti yaitu terkait Strategi Negosiasi *Desk Collection* Dalam Menangani Debitur Melalui Di PT. Telmark Integrasi Indonesia Yogyakarta Tahun 2021.