

Pengurangan Ketidakpastian *Desk Collection* dalam Penagihan Tunggakan Nasabah *PayLater*

Dimas Agung Widodo^{1*}, Nurbayti²

^{1,2}Universitas Amikom Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*diemast27@students.amikom.ac.id

Artikel

Submitted: 06-09-2024

Reviewed: 07-10-2024

Accepted: 30-11-2024

Published: 27-12-2024

DOI:

10.32509/wacana.v23i2.4558



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 23
No. : 2
Bulan : December
Tahun : 2024
Halaman : 415-427

Abstract

A desk collection agent in an e-commerce platform faces significant challenges in collecting PayLater installments from delinquent customers. This study aims to analyze how professional pressures and communication strategies in desk collection are employed to reduce uncertainty when dealing with PayLater customers who frequently evade their responsibilities. The study utilizes Uncertainty Reduction Theory to examine the psychological pressures and communication strategies used to alleviate uncertainty arising from customer reactions. A qualitative phenomenological approach is applied to collect data on PayLater arrears from the perspective of desk collection agents through in-depth interviews with six informants from three e-commerce platforms. The findings indicate that difficulties in contacting delinquent customers, despite adherence to company regulations and OJK (Financial Services Authority) guidelines, contribute to stress and anxiety due to the potential failure to meet daily targets. However, when desk collection agents employ non-procedural strategies, such as tracking through social media, Google Maps, and posing as field collectors, the success rate increases. Another challenge identified is the interaction with uncooperative customers, which often leads to the use of intimidatory strategies.

Keywords: desk collection; customers; PayLater; e-commerce

Abstrak

Seorang *desk collection* di platform *e-commerce* menghadapi tantangan besar dalam menagih cicilan *PayLater* dari nasabah yang menunggak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana tekanan profesi dan strategi komunikasi *desk collection* untuk mengurangi ketidakpastian saat menangani nasabah *PayLater* yang kerap menghindari tanggung jawabnya. Peneliti menggunakan *Uncertainty Reduction Theory* sebagai teori untuk menganalisa tekanan psikologi dan strategi komunikasi yang digunakan untuk mengurangi ketidakpastian dari reaksi nasabah, dengan menggunakan studi fenomenologi kualitatif untuk menggali data atas fenomena tunggakan *PayLater* dari perspektif *desk collection* melalui wawancara mendalam dengan enam informan *desk collection* dari tiga platform *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesulitan dalam menghubungi nasabah menunggak, meskipun telah mengikuti prosedur sesuai regulasi perusahaan dan OJK (Otoritas Jasa Keuangan), menyebabkan rasa stres dan kecemasan akibat ancaman tidak tercapainya target harian. Namun, ketika *desk collection* menggunakan strategi non-prosedural, seperti melacak melalui media sosial, Google Maps, dan menyamar sebagai penagih lapangan, tingkat keberhasilan meningkat. Tantangan lain melibatkan interaksi dengan nasabah tidak kooperatif, yang mendorong penggunaan strategi intimidatif.

Kata kunci: desk collection; nasabah; PayLater; e-commerce

PENDAHULUAN

Seorang *desk collection* di sebuah platform *e-commerce* yang menyediakan layanan *PayLater* bertugas menghadapi nasabah yang menunggak pembayaran cicilan (Izzudin, 2023; Telephony, 2022)

Setiap kali upaya penagihan dilakukan, nasabah memberikan respons defensif dan merasa tidak nyaman dengan komunikasi yang diterapkan. Meskipun prosedur penagihan diikuti sesuai aturan, nasabah merasa komunikasi tersebut menambah stres di tengah kondisi keuangan yang sudah sulit (Haynes, 2022; Khoiriyah, 2024). Tantangan ini tidak hanya dialami oleh satu *desk collection*, tetapi menjadi fenomena umum yang dihadapi oleh banyak *desk collection* di industri *e-commerce*, terutama di layanan *PayLater* yang terus berkembang pesat (Tuto et al., 2023).

PayLater sendiri merupakan tren dalam industri layanan keuangan dan industri ritel. Didukung oleh perusahaan *FinTech* dan pemberi layanan pinjaman berbasis teknologi digital (Cervi et al., 2023). Sistem *PayLater* mirip kartu kredit, artinya konsumen bisa membeli produk atau layanan di *e-commerce* dengan cara berhutang yang akan dilunasi sesuai tenggang waktu yang telah disepakati bersama (Johnson et al., 2021; Pratika et al., 2021). Peningkatan belanja online ini juga memengaruhi kebiasaan pembayaran pelanggan, di mana mereka bisa menunda pembayaran dengan memanfaatkan opsi "beli sekarang, bayar nanti" (Ghaffari et al., 2021; Brien et al., 2023; Adriana et al., 2023).

Di Indonesia, penggunaan layanan ini mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia, pada tahun 2018, pertumbuhan nilai *e-commerce* di Indonesia tercatat sebagai yang tertinggi di dunia dengan mencapai 78% (Pratika et al., 2021). Data dari *Statistik Fintech P2P Lending* (fintech pendanaan bersama) OJK (Otoritas Jasa Keuangan) pada Juli 2024 mencatat bahwa akumulasi jumlah rekening penerima pinjaman di Indonesia telah mencapai 133.860.386 entitas (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Selain itu, Bank Indonesia (BI) menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* pada tahun 2023 diperkirakan mencapai Rp 337 triliun, dengan *PayLater* menjadi salah satu metode pembayaran yang semakin diminati konsumen (Prasetya, 2023). Angka ini mengindikasikan semakin luasnya penggunaan layanan berbasis pinjaman, termasuk *PayLater*, yang membawa tantangan tersendiri dalam hal pengelolaan pembayaran cicilan.

Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *PayLater*, terdapat tantangan besar dalam hal penagihan cicilan ketika konsumen gagal memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu. Tercatat pada bulan Maret 2024, sebesar 6 Triliun Rupiah tunggakan *PayLater* tidak dibayarkan oleh nasabah *PayLater* Indonesia (Telephony, 2024). Sebagian besar nasabah yang menggunakan *PayLater* adalah kaum milenial dan generasi Z, yang lebih responsif terhadap inovasi teknologi, namun sering kali menghadapi masalah dalam pengelolaan keuangan pribadi, terutama dalam situasi ekonomi yang tidak stabil.

Berbeda dengan kelompok usia yang lebih tua, konsumen berusia antara 18 hingga 30 tahun cenderung kurang percaya pada lembaga keuangan tradisional dan lebih memilih untuk melakukan transaksi perbankan dan keuangan secara online (Goetze et al., 2023). Hal ini terlihat dari data kepemilikan rekening dan jumlah *outstanding* pinjaman pada *fintech P2P lending*. Statistik *Fintech P2P Lending* (fintech pendanaan bersama) OJK pada Juli 2024 menunjukkan bahwa 59% rekening *fintech* pendanaan bersama dimiliki oleh nasabah usia 19-34 tahun. Tidak jauh dari angka tersebut, 51% pinjaman dari *fintech* pendanaan bersama juga disalurkan kepada nasabah usia 19-34 tahun. Artinya pengguna *fintech* pendanaan bersama didominasi oleh Gen Z dan Milenial (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Oleh sebab itu, perusahaan *e-commerce* mengandalkan *desk collection*, yaitu departemen atau sistem yang bertugas menginformasikan, mengingatkan, serta melakukan penagihan kepada konsumen. *Desk collection* diharapkan mampu menjaga hubungan baik dengan konsumen sambil memastikan kewajiban pembayaran tetap dilakukan sesuai perjanjian. Meski begitu, penagihan cicilan sering kali menjadi sumber stres dan konflik bagi konsumen, terutama jika pola komunikasi yang diterapkan tidak tepat atau bersifat memaksa (Yasintha & Purwanto, 2024).

Dalam penagihan cicilan, praktik-praktik komunikasi yang kurang etis atau bersifat agresif sering kali menciptakan gesekan dengan nasabah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa nasabah merasa terancam, diteror, atau tertekan oleh praktik *desk collection* dalam pengalaman pinjaman online. Pada saat yang sama, regulasi yang ditetapkan oleh OJK melalui *Nomor 77/POJK.01/2016* menekankan penagihan sesuai prosedur standar yaitu dilakukan dengan cara yang

etis, transparan, dan menghormati hak-hak konsumen (Yasmine et al., 2023). Di samping itu, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999* tentang Perlindungan Konsumen juga menggarisbawahi hak konsumen untuk mendapatkan perlakuan yang adil dalam setiap transaksi, termasuk proses penagihan (Presiden Republik Indonesia, 1999).

Akan tetapi tekanan finansial yang dialami nasabah mempengaruhi cara mereka merespon upaya penagihan yang dilakukan oleh *desk collection*. Umumnya nasabah yang hanya berfokus pada manfaat jangka pendek dan mengabaikan biaya jangka panjang, seperti biaya keterlambatan sebagai sumber stres. Di samping itu, utang yang besar dapat memberikan dampak buruk pada kepuasan hidup, kesejahteraan, serta kesehatan mental, dan fisik, sehingga hal ini menimbulkan ketegangan komunikasi antara nasabah dan *desk collection* (Dewies et al., 2022; O'brien et al., 2024).

Sejak 2015, OJK mulai menerima pengaduan nasabah terkait layanan keuangan berbasis teknologi, yang dapat disampaikan melalui formulir *online*, telepon, atau langsung ke kantor OJK. Data dari 2015 hingga Mei 2020 menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengaduan terkait penagihan utang yang agresif, sementara hanya 11% nasabah yang khawatir tentang legalitas produk, menunjukkan bahwa legalitas bukan fokus utama nasabah (Suleiman, 2021). Untuk itu, *desk collection* harus memahami situasi dan kondisi finansial nasabah secara mendalam, memberikan pengertian mengenai kewajiban debitur dengan cara yang persuasif, serta menjelaskan konsekuensi yang dapat timbul jika keterlambatan pembayaran tidak segera dituntaskan. Mereka juga perlu memberikan tenggang waktu yang wajar bagi nasabah untuk melunasi tunggakan, dengan harapan dapat menyelesaikan masalah secara efektif dan menjaga hubungan baik (Setiawan, 2022).

Sehingga *desk collection* sendiri harus mampu menyeimbangkan tugas untuk menagih kewajiban finansial dengan menjaga hubungan baik dengan nasabah, yang sering kali berada di bawah tekanan finansial. Selain itu, *desk collection* perlu mempertimbangkan aspek psikologis nasabah agar tidak menambah tekanan yang dapat merusak hubungan jangka panjang dengan mereka (Telephony, 2022). Hal ini menuntut *desk collection* untuk mengembangkan pola dan strategi komunikasi yang efektif dan empatik guna menghadapi berbagai situasi yang penuh tekanan dan tantangan.

Fenomena tunggakan *PayLater* mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh *desk collection* di era digital, terutama pada layanan *PayLater* yang semakin populer. Beberapa penelitian dan artikel berita sudah banyak mengangkat bagaimana fitur *PayLater* pada *platform e-commerce* menjerat masyarakat akibat tunggakan tagihan yang sulit dibayarkan, disebabkan gaya hidup dan keputusan kurang rasional (Afiyanti & Solberg, 2015; Sari, 2021; Vivi Eviana & Saputra, 2022) dan penelitian yang berfokus pada sikap dan perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi, khususnya pada proses mental yang memengaruhi alasan di balik tindakan konsumen (Mbanyi & Khan, 2022) namun belum banyak yang mengangkat bagaimana usaha dan upaya *desk collection* sebagai pihak yang menagih hutang menghadapi nasabah yang menunggak.

Pada posisi internal *desk collection* harus menjalankan target dari perusahaan, disisi eksternal seorang *desk collection* harus juga mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah. Dari perspektif *desk collection*, tantangan yang muncul bukan hanya terkait teknis penagihan, tetapi juga cara berkomunikasi yang tepat dalam situasi yang sensitif. Pola komunikasi yang agresif atau berulang-ulang dapat menyebabkan nasabah merasa terganggu, sementara pola komunikasi yang terlalu longgar dapat menyebabkan nasabah tidak menganggap serius kewajiban pembayaran mereka. Oleh karena itu, penting untuk menemukan pola komunikasi yang seimbang antara memberikan pengingat yang persuasif tanpa menimbulkan perasaan tertekan atau terancam (Yasintha & Purwanto, 2024).

Dua tekanan sekaligus harus dihadapi oleh seorang *desk collection e-commerce* pertama sisi psikologi, yang kedua adalah komunikasi, oleh sebab itu kami menggunakan teori psikologi komunikasi Charles Berger dan Richard Calabrese yakni *Uncertainty Reduction Theory*. Semakin tinggi tingkat ketidakpastian, semakin besar kewaspadaan dan ketergantungan pada informasi yang tersedia. Dalam situasi ketidakpastian tinggi, individu cenderung lebih berhati-hati dalam menyusun rencana komunikasi dan sering kali membuat alternatif respon untuk menghadapi berbagai kemungkinan (Yusmami, 2019).

Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah *desk collection* pada *platform e-commerce* sering kali mengalami kesulitan dalam menghubungi nasabah yang menunggak cicilan *PayLater*, meskipun telah mengikuti prosedur yang berlaku. Hal ini menimbulkan ketidakpastian yang dapat mempengaruhi kinerja dan kesehatan mental para *desk collection*, seperti stres dan kecemasan akibat ancaman tidak tercapainya target harian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh *desk collection* untuk mengurangi ketidakpastian dalam menangani nasabah *PayLater* yang menunggak, serta untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dan pendekatan yang digunakan dapat meningkatkan efektivitas dalam penagihan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengelolaan ketidakpastian oleh *desk collection* dan dampaknya terhadap proses penagihan.

Oleh sebab itu peneliti menggunakan *Uncertainty Reduction Theory* untuk memahami bagaimana *desk collection* mengatasi ketidakpastian saat menagih cicilan *PayLater* dari nasabah yang menunggak. Teori ini dipilih karena relevansi dan kaitannya dengan tantangan yang dihadapi *desk collection*, yaitu ketidakpastian dalam komunikasi dengan nasabah yang sulit dihubungi, meskipun sudah mengikuti prosedur perusahaan yang berlaku. Berdasarkan Yusmami (2019), *Uncertainty Reduction Theory* menjelaskan bahwa ketidakpastian dapat dikurangi melalui tiga strategi komunikasi: pasif, aktif, dan interaktif. *Desk collection* dapat mengurangi ketidakpastian dengan mengamati nasabah melalui data yang tersedia (strategi pasif), mencari informasi lebih lanjut melalui sumber lain selain interaksi langsung (strategi aktif), dan berkomunikasi langsung dengan nasabah untuk memperoleh klarifikasi atau menawarkan solusi (strategi interaktif). Dengan menggunakan pendekatan ini, *desk collection* dapat mengurangi kecemasan yang muncul, mempersiapkan komunikasi yang lebih efektif, dan akhirnya meningkatkan keberhasilan dalam penagihan tunggakan. Oleh karena itu, teori ini sangat relevan dan dapat menjelaskan bagaimana *desk collection* dapat mengelola ketidakpastian dalam menghadapi tekanan psikologis dan tantangan komunikasi dalam proses penagihan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode fenomenologi karena pendekatan ini memungkinkan untuk menggali secara mendalam pengalaman subjektif individu, dalam hal ini *desk collection* yang berhadapan dengan nasabah *PayLater* yang menunggak. Fenomenologi berfokus pada bagaimana individu menginterpretasikan pengalaman hidup mereka dan memberikan makna terhadap situasi yang dihadapi. Dalam konteks ini, *desk collection* tidak hanya mengikuti prosedur penagihan, tetapi juga harus beradaptasi dengan ketidakpastian yang muncul, terutama dalam berkomunikasi dengan nasabah yang sulit dihubungi atau tidak kooperatif. Menurut Mefita & Yulianto (2019), fenomenologi menggali pengalaman manusia dengan cara memahami makna yang mereka berikan terhadap pengalaman tersebut, yang menjadikannya relevan untuk mengkaji bagaimana *desk collection* mengelola ketidakpastian melalui strategi komunikasi. Pendekatan ini memberikan ruang untuk mendalami persepsi, perasaan, dan cara *desk collection* mengatasi tekanan psikologis serta tantangan dalam proses penagihan, yang pada gilirannya dapat mengungkapkan strategi komunikasi yang efektif dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efektivitas penagihan.

Oleh sebab *PayLater* pada *e-commerce* merupakan fenomena baru paska covid 19, peneliti ingin mengeksplorasi lebih jauh, bagaimana *desk collection* mengurangi ketidakpastian saat berkomunikasi dengan nasabah, dan mengapa cara tersebut ditempuh atau dipilih oleh seorang *desk collection* saat berinteraksi dengan nasabah yang menunggak pembayaran. Menurut Creswell (dalam Cahyani & Diniati, 2024: 19), penelitian kualitatif memungkinkan pemahaman yang lebih dalam mengenai realitas yang dihadapi individu, karena data diperoleh langsung dari pengalaman mereka tanpa distorsi dari asumsi peneliti atau literatur yang ada.

Berdasarkan hal tersebut, Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data, melibatkan enam informan: T.Y. (23 tahun) dan U.F. (26 tahun) dari BNC, K.S. (23

tahun) dan M.K.B. (23 tahun) dari Akulaku, serta P.H.S. (23 tahun) dan D.M. (23 tahun) dari Lazada. Pemilihan keenam informan dilakukan berdasarkan pertimbangan keamanan, kedekatan personal antara peneliti dengan informan, serta hubungan antar informan, guna memperoleh data yang lebih akurat dan pernyataan yang lebih jujur. Informan dipilih secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki terkait fenomena yang diteliti. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif, yang lebih fokus pada kedalaman pemahaman dan tidak bertujuan untuk generalisasi. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, seperti memilih individu yang paling tahu atau memiliki pengalaman yang relevan dengan objek yang diteliti. Pemilihan informan ini didasarkan pada kriteria pengalaman mereka sebagai *desk collection* yang terlibat langsung dalam proses penagihan cicilan *PayLater*, dengan fokus pada mereka yang memiliki pengalaman menangani nasabah yang menunggak pembayaran. Wawancara dilakukan baik secara tatap muka maupun daring, tergantung pada kenyamanan dan kesediaan informan.

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, di mana para *desk collection* tersebut beroperasi. Pemilihan lokasi penelitian ini mempertimbangkan keterjangkauan dan kemudahan akses untuk melakukan wawancara dengan informan yang telah dipilih. Data yang terkumpul dari wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis fenomenologi untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang diterapkan oleh *desk collection* dan strategi yang mereka gunakan untuk mengurangi ketidakpastian dalam berinteraksi dengan nasabah (Creswell & Poth, 2018).

Selain itu, penelitian ini mengutamakan etika penelitian dengan menjaga kerahasiaan identitas informan. Semua informan memberikan persetujuan atas wawancara yang dilakukan, dan hasil wawancara hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini (Creswell & Poth, 2018). Dengan metode fenomenologi, penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman mendalam dari *desk collection* dan memahami bagaimana mereka mengelola ketidakpastian dalam menjalankan tugas penagihan cicilan *PayLater*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, interaksi antara *desk collection* dan nasabah *PayLater* menunjukkan adanya upaya pengurangan ketidakpastian yang sejalan dengan prinsip *Uncertainty Reduction Theory*. Hasil temuan menunjukkan bahwa *desk collection* menggunakan tiga strategi komunikasi yaitu pasif, aktif, dan interaktif. Setiap strategi ini dipilih berdasarkan situasi dan perilaku nasabah yang dihadapi, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diharapkan, meskipun kadang ada tekanan untuk melampaui batas prosedur standar yang telah ditetapkan. Salah satu tantangan utama adalah tekanan dari target perusahaan yang tinggi, yang sering kali memaksa *desk collection* untuk mencari cara-cara alternatif dalam berkomunikasi dengan nasabah. Selain itu, *desk collection* juga harus mengelola berbagai respons dari nasabah yang tidak selalu kooperatif, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang adaptif untuk menjaga hubungan dengan nasabah dan juga memenuhi target yang sudah ditetapkan oleh perusahaan melalui team Leader, PIC, dan Manager.

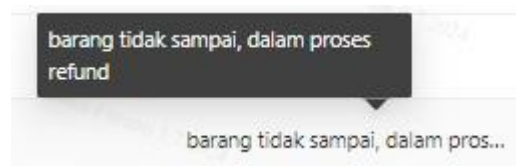
Pada penelitian sebelumnya, Kustiawan & Jannah (2022) menjelaskan bahwa pengumpulan informasi awal sangat membantu dalam mengurangi ketidakpastian. Hal ini juga didukung oleh Nugraha (2019), yang menunjukkan bahwa strategi aktif dalam mencari informasi dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Selain itu, penelitian oleh Yasmami (2019) bahwa bila kita sendiri berinteraksi dengan seseorang, kita menerapkan strategi interaktif. Berikut ini adalah temuan penelitian yang menunjukkan bahwa *desk collection* menggunakan tiga strategi komunikasi, yaitu pasif, aktif, dan interaktif, dalam menghadapi nasabah *PayLater*.

Riwayat Nasabah Sebagai Langkah Awal Komunikasi

Temuan menunjukkan bahwa strategi pasif merupakan langkah awal yang banyak digunakan oleh *desk collection* untuk memahami riwayat nasabah. Narasumber dari *platform* BNC, T.Y. (23 tahun), menjelaskan bahwa ia selalu memeriksa riwayat penagihan sebelum menghubungi nasabah, sehingga ia bisa menyesuaikan alur komunikasi. Jumlah panggilan yang dilakukan berkisar antara dua hingga enam kali sehari, dengan tujuan membuat nasabah merasa tertekan. Namun, jika ada riwayat komplain, jumlah panggilan dikurangi untuk menjaga hubungan baik.

Hal serupa juga diungkapkan oleh U.F. (26 tahun), *desk collection* lain dari BNC, yang meninjau *feedback* dari *desk collection* sebelumnya untuk memprediksi respons nasabah. Meski menanggung beban target dengan tiga hingga empat kali panggilan dalam sehari untuk 700 data, U.F. merasa lebih percaya diri karena pengalaman yang sudah dimilikinya, kecuali ketika harus menghadapi nasabah yang tidak jujur.

Pada *platform* Akulaku, K.S. (23 tahun) menggunakan catatan dari *desk collection* sebelumnya untuk bersikap lebih tegas terhadap nasabah yang tidak kooperatif. M.K.B. (23 tahun), juga dari Akulaku, cenderung memeriksa riwayat pembayaran nasabah untuk memprioritaskan nasabah dengan keterlambatan pembayaran lebih banyak. *Desk collection* dari Lazada, P.H.S. (23 tahun), dan D.M. (23 tahun), juga mengandalkan riwayat pembelian dan transaksi nasabah sebagai landasan dalam menentukan pendekatan yang lebih sesuai dalam upaya penagihan. Dari semua narasumber, mereka secara umum merasa lebih tenang jika sudah mengetahui riwayat nasabah, meskipun beberapa merasa tertekan saat menghadapi nasabah yang sulit dihubungi atau tidak kooperatif. Mengakses riwayat nasabah memungkinkan *desk collection* untuk lebih memahami bagaimana menavigasi percakapan dengan nasabah dan mengurangi ketidakpastian dalam interaksi, yang sesuai dengan prinsip *Uncertainty Reduction Theory* (Kustiawan & Jannah, 2022).



Gambar 1. *Feedback* atau Riwayat dari *Desk Collection* Sebelumnya
(Sumber: Dokumentasi internal *desk collection*, 2024)

Feedback atau riwayat dari *desk collection* sebelumnya menjadi salah satu sumber informasi penting dalam menentukan pendekatan terhadap nasabah. Catatan seperti ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai permasalahan atau kondisi spesifik nasabah, tetapi juga membantu *desk collection* untuk mengantisipasi respons yang mungkin akan diberikan. Sebagai contoh, pada Gambar 1 terlihat bahwa catatan *feedback* mencatat situasi spesifik nasabah, yaitu "barang tidak sampai, dalam proses *refund*." Catatan ini menunjukkan pentingnya dokumentasi yang mendetail dalam mendukung komunikasi *desk collection*. Informasi ini dapat digunakan untuk menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan nasabah, seperti menghindari tekanan berlebihan saat nasabah sedang menunggu penyelesaian *refund*. Selain itu, catatan ini juga mencerminkan proses kerja kolaboratif antar-*desk collection*, di mana *feedback* dari *desk collection* sebelumnya menjadi dasar untuk membangun strategi yang lebih tepat sasaran dalam komunikasi berikutnya.

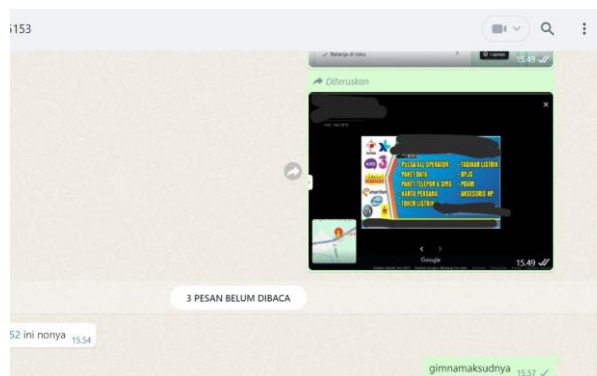
Melanggar Prosedur Standar Demi Mencapai Target Perusahaan

Menurut *Uncertainty Reduction Theory*, strategi aktif melibatkan usaha seseorang untuk mencari informasi tanpa berinteraksi langsung dengan individu yang ingin dipahami (Yusmami, 2019). Dalam konteks *desk collection* di *e-commerce*, praktik ini tercermin dalam tindakan *desk collection* yang aktif mencari informasi tambahan mengenai nasabah melalui sumber-sumber eksternal, seperti media sosial dan data publik lainnya, untuk mengurangi ketidakpastian terkait perilaku nasabah. Meskipun

tindakan ini melanggar prosedur standar yang ditetapkan oleh perusahaan, seperti penggunaan data pribadi yang tidak tercatat dalam sistem perusahaan, strategi aktif ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri *desk collection* dan memperbesar kemungkinan untuk mencapai target penagihan.

Dari pengakuan *desk collection* pada tiga *e-commerce* menyatakan bahwa, dalam satu hari mereka memiliki target penagihan tunggakan nasabah *PayLater* yang berbeda-beda yang dilihat dari tingkat keterlambatan setiap nasabah. Dari Akulaku menyatakan bahwa setiap *desk collection* harus mencapai target satu juta rupiah perhari, sedangkan Lazada tiga juta perhari, dan BNC satu setengah juta perhari. Tingginya tuntutan nominal dan jumlah nasabah yang harus dihubungi setiap harinya menyebabkan ke enam, *desk collection* yang berhasil diwawancarai menyatakan bahwa mereka harus menempuh cara diluar dari prosedur standar yang diberlakukan oleh perusahaan dibawah pengawasan OJK.

Ke enam informan menyatakan bahwa pelacakan data nasabah yang sulit dihubungi yang tidak sesuai prosedur standar yakni dengan cara, pelacakan data melalui sosial media seperti Instagram, Facebook, dan Google Maps. Selain sosial media cek data pendidikan di portal web PDDikti bagi nasabah yang bergelar sarjana. Hal ini diakui cukup memberi hasil yang positif sebab nasabah merasa terancam karena *desk collection* mengetahui data pribadi mereka selain data pribadi yang tertera di sistem *e-commerce*.



Gambar 2. *Desk Collection* Membagikan Lokasi Nasabah untuk Menekan Pembayaran
(Sumber: Dokumentasi internal *desk collection*, 2024)

Salah satu tindakan yang sering dilakukan untuk mencapai target perusahaan adalah melacak lokasi nasabah menggunakan aplikasi seperti Google Maps, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Praktik ini dilakukan untuk memastikan keberadaan nasabah dan memberikan tekanan agar mereka segera menyelesaikan pembayaran. Namun, tindakan ini berpotensi melanggar privasi nasabah dan bertentangan dengan etika profesional. Selain itu, penggunaan metode ini dapat merusak hubungan antara perusahaan dan nasabah, yang seharusnya didasarkan pada kepercayaan dan transparansi.

Hal senada juga dipaparkan oleh UF (26) dari BNC yang menyatakan bahwa, dirinya cukup memperoleh kepercayaan diri ketika mendapatkan informasi data pribadi dari Google dan Media Sosial, sebab ini dapat digunakan sebagai senjata untuk menekan dan mengancam nasabah yang sulit dimintai pertanggungjawaban. Narasumber PHS (23) dan DM (23) dari Lazada menyatakan bahwa melacak nasabah melalui akun media sosial seperti Instagram dan Facebook cukup memberi hasil positif sebab kebanyakan nasabah aktif menggunakan media tersebut.

Selain menggunakan sosial media dan google map untuk menciptakan ketakutan nasabah agar membayar tagihan *PayLater*, cara lain yakni menggunakan WhatsApp pribadi di luar dari aplikasi perusahaan, agar tidak terdeteksi oleh QC (*Quality Control*) *e-commerce*. Sebab apabila menggunakan nomor WhatsApp dari perusahaan, harus menggunakan *template* penagihan sesuai dengan prosedur standar. Sesuai dengan prosedur standar yang dimaksud di sini yakni, dengan bahasa yang tidak

mengandung ancaman dan intimidasi. Sedangkan kenyataan di lapangan, ketika menggunakan cara sesuai dengan prosedur standar, mayoritas nasabah tidak memberikan respon yang diharapkan, dan kebanyakan dari mereka mengabaikan pesan tersebut.

Meluapkan Emosi Pada Nasabah Sebagai Media Pereda Tekanan Perusahaan

Terdapat dua dilema yang harus dihadapi oleh *desk collection* antara menjaga kepatuhan terhadap prosedur standar yang sudah ditetapkan perusahaan, dan sekaligus memenuhi target penagihan yang tinggi. Dalam hal ini, *desk collection* cenderung menggunakan strategi interaktif, yang melibatkan komunikasi langsung dengan nasabah, meskipun terkadang melanggar prosedur. Tekanan untuk mencapai target harian, yang bisa mencapai 700 nasabah per minggu, memaksa *desk collection* untuk mencari cara alternatif, seperti meluapkan emosi pada nasabah yang sulit dihubungi atau tidak kooperatif. Jika target tidak tercapai maka *desk collection* tidak mendapatkan insentif dengan kata lain hanya menerima gaji pokok, di sisi lain jika tidak memenuhi target maka *desk collection* mendapatkan surat perjanjian komitmen dari QC yang berbunyi jika tidak memenuhi target perbulan maka bulan berikutnya akan diberhentikan. Di sisi lain, tekanan juga datang dari nasabah, seringkali upaya *desk collection* menghubungi nasabah 90% tidak mendapat respon. Tekanan-tekanan inilah yang menciptakan stres yang tinggi pada profesi *desk collection*.

Selain itu, *desk collection* memiliki cara tersendiri untuk meluapkan meredakan stres akibat tekanan yang tinggi yakni dengan cara meluapkannya kepada nasabah yang tidak kooperatif, dengan cara mengeluarkan kata-kata yang tidak sesuai dengan prosedur standar, dengan nada yang tinggi. Cara ini cukup ampuh digunakan sebagai media untuk meredakan stres dari tekanan kerja yang tinggi.

Jadi dengan cara tersebut *desk collection* memiliki cenderung merasa lega sebab tidak memiliki cara lain untuk menyalurkan emosi di jam kerja yang menuntut kecepatan dan ketepatan penanganan tunggakan nasabah *PayLater*. Memarahi nasabah memiliki kepuasan tersendiri, sebab nasabah yang tidak kooperatif dianggap media yang tepat untuk melampiaskan emosi dan kekesalan akibat tekanan perusahaan, ditambah sikap nasabah yang umumnya memberikan reaksi yang negatif dan emosi yang tinggi. Di sisi lain *desk collection* memiliki sudut pandang bahwa, penyebab target yang tidak tercapai unsur utamanya adalah nasabah itu sendiri, oelh sebab ketidakpatuhan nasabah terhadap peraturan pinjaman *PayLater* menyebabkan *desk collection* sulit mencapai target harian, ditambah sikap nasabah yang juga turut memberikan emosi negatif kepada *desk collection* saat dihubungi.



Gambar 2. Percakapan WhatsApp antara *Desk Collection* dan Nasabah
(Sumber: Dokumentasi internal *desk collection*, 2024)

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa *desk collection* sering kali meluapkan emosi kepada nasabah sebagai salah satu bentuk respons terhadap tekanan yang dirasakan dari perusahaan. Hal ini terlihat pada Gambar 3, yang menunjukkan percakapan antara *desk collection* dengan nasabah yang menunggak pembayaran cicilan *PayLater*. Dalam percakapan tersebut, *desk collection* menggunakan strategi intimidatif dengan menekankan bahwa nasabah harus segera

melakukan pembayaran sebelum jam 3 sore dan menggunakan bahasa yang tegas, seperti "cek aplikasi sudah bertahun-tahun berhutang tanggung jawab gak ada" dan "jangan main-main dengan tagihan jam 3 kami tunggu".

Gambar 3 ini menunjukkan bahwa *desk collection* tidak hanya mengikuti prosedur penagihan standar tetapi juga cenderung menggunakan bahasa yang lebih agresif sebagai bentuk pelampiasan emosi. Hal ini mengindikasikan bahwa *desk collection* mungkin menghadapi tekanan besar dari perusahaan untuk mencapai target penagihan, sehingga komunikasi dengan nasabah menjadi lebih intens dan emosional. Pendekatan seperti ini bisa menimbulkan ketegangan dalam hubungan antara *desk collection* dan nasabah, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi efektivitas proses penagihan.

Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan berbagai tantangan dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh *desk collection* dalam upaya menagih tunggakan *PayLater*. Dengan menggunakan *Uncertainty Reduction Theory* sebagai kerangka analisis, temuan menunjukkan bahwa *desk collection* menggunakan tiga strategi utama, yaitu pasif, aktif, dan interaktif. Ketiga strategi ini tidak hanya bertujuan mengurangi ketidakpastian dalam komunikasi, tetapi juga membantu *desk collection* menghadapi tekanan kerja yang signifikan.

Strategi pasif menjadi langkah awal yang dilakukan *desk collection* untuk mengelola ketidakpastian. Dalam penelitian ini, pengumpulan informasi melalui riwayat nasabah terbukti efektif dalam memberikan wawasan awal terkait pola pembayaran dan respons nasabah sebelumnya. Strategi ini memungkinkan *desk collection* untuk menyesuaikan gaya komunikasi dan menghindari pendekatan yang dapat memicu konflik. Pendekatan ini sejalan dengan *Uncertainty Reduction Theory* oleh Berger, yang menyatakan bahwa pengumpulan informasi adalah salah satu cara paling efektif untuk mengurangi ketidakpastian dalam komunikasi interpersonal. Informasi yang relevan dapat membantu individu membuat prediksi yang lebih baik mengenai perilaku orang lain (Kustiawan & Jannah, 2022). Persiapan yang matang dalam interaksi komunikasi mengarah pada pengurangan ketidakpastian yang dihadapi *desk collection*.

Temuan ini juga selaras dengan penelitian Azaria et al. (2022), yang menemukan bahwa pengumpulan informasi awal oleh pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat memperkuat dasar bagi strategi komunikasi yang lebih efektif. Guru mengumpulkan informasi mengenai siswa, seperti keterbatasan jaringan internet dan dukungan orang tua, sebelum memberikan tugas. Dengan pendekatan ini, guru bisa menyesuaikan metode pengajaran yang lebih efektif dan meminimalkan ketidakpastian yang mungkin terjadi selama pembelajaran daring. Dalam kedua kasus ini, pengumpulan informasi awal membantu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efektivitas komunikasi dan pengambilan keputusan. Dalam konteks *desk collection*, strategi pasif, seperti memeriksa riwayat nasabah sebelum melakukan kontak, memungkinkan *desk collection* untuk lebih memahami perilaku nasabah dan menyesuaikan pendekatannya. Hal ini serupa dengan temuan pada penelitian guru yang menerapkan strategi pasif untuk memahami kondisi siswa.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa temuan ini juga selaras dengan penelitian Kusumo (2020), di mana strategi pasif digunakan oleh anggota baru kelompok Persatuan Sapta Darma dengan cara mengamati pembina saat memberikan arahan dan penjelasan. Melalui observasi ini, anggota baru dapat mengurangi ketidakpastian dan lebih memahami bagaimana mereka harus bersikap dalam komunikasi langsung. Dalam konteks *desk collection*, strategi pasif serupa diterapkan dengan memeriksa riwayat nasabah sebelum melakukan kontak. Langkah ini memungkinkan *desk collection* untuk memperoleh informasi awal mengenai pola pembayaran dan respons nasabah, sehingga mereka dapat menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan lebih efektif. Baik dalam kasus anggota kelompok Sapta Darma maupun *desk collection*, strategi pasif ini memberikan fondasi awal yang kuat untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keefektifan komunikasi melalui pengumpulan informasi sebelum interaksi langsung terjadi.

Strategi aktif digunakan sebagai pelengkap untuk mengatasi keterbatasan strategi pasif. *Desk collection* sering kali memanfaatkan informasi dari media sosial atau aplikasi seperti Google Maps untuk melacak nasabah yang tidak responsif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini meningkatkan tingkat keberhasilan metode ini diklaim mencapai 75%, karena banyak nasabah yang segera melunasi tagihan mereka pada hari yang sama. Nasabah sering merasa cemas ketika informasi pribadi mereka yang diambil dari media sosial seperti Instagram, Facebook, atau Google Maps digunakan sebagai ancaman. Berdasarkan penelitian Subhan et al. (2024), data pribadi mencakup informasi yang sangat sensitif, di mana individu umumnya ingin menyimpan informasi tersebut untuk dirinya sendiri atau membatasi akses orang lain. Data pribadi meliputi nama, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan karakteristik lainnya yang membedakan satu individu dengan yang lain. Informasi pribadi ini juga menjadi sumber daya atau produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Walaupun menyalahi prosedur standar, penggunaan media sosial dan juga WhatsApp di luar yang disediakan perusahaan, cara ini cukup efektif dalam upaya terhubung dengan nasabah yang sulit dihubungi dengan prosedur standar, dan cara ini sekaligus meningkatkan kepercayaan diri *desk collection* dalam berkomunikasi. Informasi tambahan dari media sosial dapat mengurangi ketidakpastian dalam komunikasi. Dengan menggunakan informasi dari media sosial, *desk collection* merasa lebih siap dan percaya diri saat bernegosiasi, yang dapat meningkatkan efektivitas penagihan, serta penggunaan nomor WhatsApp ilegal lebih efektif memperoleh respon dari nasabah sebab bahasa yang digunakan di luar dari pada prosedur standar perusahaan.

Temuan ini selaras dengan penelitian Nugrahi (2019), yang menunjukkan bahwa strategi aktif dalam mencari informasi dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Dalam konteks *Pasopati Football Academy*, pemain dan pelatih menggunakan strategi aktif untuk memperoleh informasi mengenai akademi dan karakteristik pelatih, baik melalui media sosial maupun bertanya kepada rekan yang sudah lebih dulu bergabung. Hal ini membantu mereka merasa lebih siap dan tidak canggung dalam berinteraksi, serta memperkuat hubungan yang lebih efektif.

Demikian pula, dalam penelitian mengenai *desk collection* di *e-commerce*, strategi aktif yang diterapkan dengan mencari informasi tambahan melalui media sosial dan data publik terbukti efektif dalam mengurangi ketidakpastian dalam komunikasi dengan nasabah. Informasi ini memberi *desk collection* wawasan lebih dalam tentang perilaku nasabah yang sulit dihubungi, meningkatkan kepercayaan diri mereka saat berkomunikasi, serta memungkinkan mereka untuk merancang pendekatan penagihan yang lebih efektif. Strategi aktif dalam mengumpulkan informasi memungkinkan pihak yang terlibat untuk mengurangi kecemasan dan meningkatkan kemungkinan keberhasilan dalam mencapai tujuan, baik itu membangun komunikasi yang lebih baik atau mencapai target penagihan yang lebih tinggi.

Di sisi lain, strategi interaktif berfokus pada komunikasi langsung dengan nasabah melalui telepon atau pesan. Strategi ini bertujuan untuk mempengaruhi keputusan nasabah agar segera melunasi tunggakan. Namun, tekanan tinggi yang dialami *desk collection* sering kali memicu pendekatan yang lebih emosional atau agresif, terutama ketika berhadapan dengan nasabah yang tidak kooperatif. Dalam beberapa kasus, *desk collection* meluapkan stres kepada nasabah sebagai cara untuk meredakan tekanan kerja. Situasi ini mencerminkan dampak negatif dari tekanan target terhadap kualitas komunikasi, sebagaimana diungkapkan oleh Sumaningrum (2022), yang menunjukkan bahwa target yang berlebihan dapat meningkatkan stres karyawan. Ketika tekanan untuk mencapai target tinggi, karyawan sering kali merasa terpaksa menggunakan taktik alternatif yang tidak selalu sesuai dengan aturan resmi. Tekanan semacam ini dapat mempengaruhi kualitas komunikasi, membuat *desk collection* memilih cara-cara yang lebih impulsif dan emosional seperti strategi intimidatif, yang seharusnya dihindari dalam prosedur standar. Selain itu, stres yang disebabkan oleh target yang sulit dicapai dapat memengaruhi penilaian dan keputusan yang diambil dalam berinteraksi dengan nasabah, sehingga berdampak pada kualitas hubungan dan efektivitas penagihan.

Kemarahan atau emosi amarah yang meluap adalah respon emosional dari rasa ketidakpuasan dan keinginan untuk menentang dan melawan ketidaksetujuan dari situasi yang dihadapi yang dirasa tidak adil bagi seseorang (Administrator, 2024). Oleh sebab itu, umumnya baik *desk collection* maupun nasabah akan menunjukkan sikap yang sama ketika ke dua belah pihak merasa tertekan dalam situasi yang ada. Amarah yang muncul dari *desk collection* juga dipicu oleh rasa takut akan tidak tercapainya target harian. Fokus inilah yang memberikan sinyal pada otak bahwa ketidakpatuhan dan perlawanan nasabah adalah ancaman yang menempatkan *desk collection* dalam situasi yang berbahaya dan tidak adil (Administrator, 2024).

Meskipun komunikasi interaktif dapat menjadi strategi yang efektif dalam membangun hubungan yang lebih baik dan mencapai hasil yang diinginkan, tekanan tinggi yang dihadapi oleh *desk collection* seringkali mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan nasabah. Dalam upaya untuk memenuhi target yang tinggi, *desk collection* terpaksa menggunakan pendekatan yang lebih emosional dan kurang konstruktif. Tekanan untuk mencapai angka tertentu, ditambah dengan respons nasabah yang tidak kooperatif, menyebabkan *desk collection* meluapkan emosi mereka dalam bentuk kata-kata yang agresif atau nada yang tinggi, yang jelas melanggar prosedur dan etika komunikasi yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun strategi komunikasi interaktif bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efektivitas penagihan, situasi yang penuh tekanan dapat membuat *desk collection* memilih cara-cara yang lebih reaktif dan tidak sesuai standar untuk meredakan stres dan mencapai tujuan mereka.

SIMPULAN

Desk collection menghadapi tantangan signifikan dalam mengurangi ketidakpastian dan kecemasan selama proses penagihan tunggakan nasabah *PayLater*. Tekanan dari target perusahaan yang tinggi mendorong *desk collection* untuk mencari alternatif dalam berkomunikasi dengan nasabah. Hal ini menuntut *desk collection* untuk memiliki strategi komunikasi yang adaptif dan fleksibel. Beberapa strategi yang diterapkan *desk collection* meliputi persiapan sebelum menghubungi nasabah dengan jalur yang resmi perusahaan, dan juga jalur tidak resmi seperti memanfaatkan informasi tambahan dari media sosial, serta penyesuaian komunikasi berdasarkan respons nasabah. Persiapan yang matang dan penggunaan informasi dari berbagai sumber memungkinkan *desk collection* untuk merasa lebih siap dan percaya diri saat bernegosiasi. Selain itu, *desk collection* juga harus mampu menghadapi tekanan dan stres yang diakibatkan oleh tuntutan target yang tinggi, yang sering kali mempengaruhi kesehatan mental mereka sehingga untuk meredakan stres, *desk collection* meluapkan emosi dan kekesalannya pada nasabah yang tidak kooperatif dan nasabah yang merespon *desk collection* dengan nada dan bahasa yang intimidasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih baik dalam manajemen stres dan komunikasi untuk meningkatkan efektivitas *desk collection* dalam proses penagihan, sebab prosedur standar yang selama ini diberlakukan perusahaan dan OJK terbukti tidak menghasilkan komunikasi yang efektif antara *desk collection* dan nasabah *PayLater*, hal inilah yang menciptakan tekanan psikologis yang cukup tinggi pada profesi *desk collection*. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan tentang dinamika dan tekanan kerja yang dihadapi oleh *desk collection*. Sekaligus memberikan kritik bagi perusahaan dan peraturan OJK bahwa komunikasi yang dijalankan sesuai prosedur standar sebaliknya malah meningkatkan stres dan tekanan kerja bagi profesi *desk collection*. Rekomendasi untuk praktik *desk collection* termasuk peningkatan pelatihan keterampilan komunikasi dan pemanfaatan teknologi untuk mengoptimalkan pengumpulan informasi mengenai nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2024). *Menjelajahi Peran Rasa Takut dalam Memicu Respon Kemarahan*. Kalainstitute.Ac.Id.
- Adriana, D., Nichifor, E., Dobleac, L., Chitu, I. B., Todor, R. D., & Bratucu, G. (2023). Buy Now Pay Later—

- A Fad or a Reality? A Perspective on Electronic Commerce. *Economies*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/economies11080218>
- Afiyanti, Y., & Solberg, S. M. (2015). "It Is My Destiny as a Woman": On Becoming a New Mother in Indonesia. *Journal of Transcultural Nursing*, 26(5), 491–498. <https://doi.org/10.1177/1043659614526243>
- Azaria, B. A., Herawati, N., & Utami, D. (2022). Pengurangan Ketidakpastian Dalam Penyampaian Materi Pelajaran Di SD Negeri 11 Pontianak Kota Selama Pandemi Covid-19. *Komunika-Jurnal Ilmu Komunikasi*, V(2), 678–694. <http://jurnafis.untan.ac.id>
- Cahyani, R., & Diniati, A. (2024). Strategi Social CRM Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Instagram Pos Indonesia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(1), 16–27. <https://doi.org/10.32509/wacana.v23i1.3109>
- Cervi, L., Appleyard, L., Syed, T. A., Briggs, & Sinha, G. 6. (2023). *Challenges and Policy Implications of Buy-Now-Pay Later in The UK: A Multidisciplinary Framework to Map Digital Vulnerabilities*.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches. In *SAGE Publications* (4th ed.).
- Dewies, M., Schop-Etman, A., Merkelbach, I., Rohde, K. I. M., & Denktas, S. (2022). Call First, Pay Later: Stimulating Debtors to Contact Their Creditors Improves Debt Collection in The Context of Financial Scarcity. *Behavioural Public Policy*, 1–18. <https://doi.org/10.1017/bpp.2022.7>
- Ghaffari, M., Kaniewicz, M., & Stricker, S. (2021). Personalized Communication Strategies: Towards A New Debtor Typology Framework. *ArXiv:2106.01952v1 [Econ.GN]* 3 Jun 2021.
- Goetze, M., Herdt, C., Stricker, S., & Conrad, R. (2023). Preferences and Attitudes Towards Debt Collection: A Cross-Generational Investigation. *ArXiv:2303.05380v1 [Econ.GN]* 9 Mar 2023.
- Haynes, M. (2022). *Akibat Beli Sekarang Bayar Nanti, Banyak Anak Muda Terjerat Hutang PayLater*. BBC.Com.
- Izzudin, H. (2023). *Garda Depan Sebelum Dept Collector Beraksi, Dept Collection Berbagi Cerita Sulitnya Tagih Pinjol*. Mojok.Co.
- Johnson, D., Rodwell, J., & Hendry, T. (2021). Analyzing the impacts of financial services regulation to make the case that buy-now-pay-later regulation is failing. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13041992>
- Khoiriyah, R. (2024). *AS Resah, Boom Waktu Paylater, Bagaimana Pinjol di Indonesia?* www.Bloombergtechnoz.Com.
- Kustiawan, W., & Jannah, N. M. (2022). Teori Pengurangan Ketidakpastian. *Maktabatun Journal*, 1(2), 98–100.
- Kusumo, G. S. (2020). *Strategi Pengurangan Ketidakpastian Anggota Baru Aliran Kepercayaan Kerohanian Sapta Darma di Jatisrono Wonogiri*. [http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/81614%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/81614/2/NASKAH PUBLIKASI.pdf](http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/81614%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/81614/2/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf)
- Mbanyi, A. V., & Khan, A. (2022). *Millennial ' S Fashion Buying Behavior From Buy Now , Pay Later Perspective*. 1–65. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1696097/FULLTEXT01.pdf>
- Mefita, S., & Yulianto, M. (2019). Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin). *Interaksi Online*, 1(4), 396–413. https://library.stiba.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ZTAyMWVkyZvINTY4NWMyYWI1NjZhNThmNjlyOTYzZDg3YWUxYjdjNA==.pdf
- Nugrahadi, A. (2019). Uncertainty Reduction Theory dalam Pola Komunikasi Pemain dan Pelatih Sepakbola Usia Dini di PFA (Pasoepati Football Academy). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 7(2), 137. <https://doi.org/10.12928/channel.v7i2.13611>
- O'brien, L., Ramsay, I., & Ali, P. (2024). Innovation, Disruption and Consumer Harm in the Buy Now Pay Later Industry: an Empirical Study. *University of New South Wales Law Journal*, 47(2), 657–698.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi*.
- Prasetya, A. N. E. (2023). Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat.

- Jurnal Revenue*, 3(2), 593–601.
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>
- Presiden Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003(1), 1–46.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Setiawan, Y. A. (2022). *Rekonstruksi Hukum Penagihan Hutang Oleh Jasa Penagih Hutang Terhadap Debitur Wanprestasi Berbasis Nilai Keadilan*. <http://repository.unissula.ac.id/31032/>
- Subhan, M., Ihza, N., & Muttaqi, N. (2024). *Perlindungan Hukum Bagi Korban Penyebaran Data Pribadi Oleh Penyedia Jasa Pinjaman Online Illegal dalam Perspektif Viktimologi*. 2(Juni), 28–41.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suleiman, A. (2021). Improving Consumer Protection for Low-Income Customers in P2P Lending. *Center for Indonesia Policy Studies, Policy Pap*(No. 34), 1–40. <https://repository.cips-indonesia.org/id/publications/343534/improving-consumer-protection-for-low-income-customers-in-p2p-lending>
- Sumaningrum, N. D. (2022). Analysis Corelation Between Work Demands With Stress Labor at Laboratory X Kediri City. *Medicra (Journal of Medical Laboratory Science/Technology)*, 5(1), 28–34. <https://doi.org/10.21070/medicra.v5i1.1630>
- Telephony. (2022). *Peran Deks Collection sebagai Media Penghubung dengan Nasabah*.
- Telephony. (2024). *Utang di Pay Leter Tembus Rp.6 T Per Maret 2024*. CNNIndonesia.Com.
- Tuto, M. G., Kuswantoro, F., & Harnaji, B. (2023). Studi Kualitatif Desk Collection Pada Perusahaan Agent and Anco. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2023*, 926–936.
- Vivi Eviana, & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Yasintha, R. E., & Purwanto, S. (2024). *Strategi Komunikasi Desk Collection Dalam Meningkatkan Kelancaran Pembayaran Angsuran Nasabah Pada Pembiayaan Kpr Di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Solo*. 22(3), 255–265.
- Yasmine, A. F., Faradila, A., Pranchastika, A., Almi, F., Rafli, M., Ayunda, M., & Apryan, I. (2023). *Dampak Pengancaman Tindak Pidana Desk-Collector*. 4(2), 183–211. <https://doi.org/10.55551/jip.v4i2.77>
- Yusmami, M. (2019). Komunikasi Dalam Teori Pengurangan Ketidakpastian. *Jurnal Network Media Vol: 2 No. 1, 2(1)*, 1–23.