



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era industri digital, yaitu terjadinya perkembangan teknologi dan internet yang cukup pesat menyebabkan fenomena *disruption* di Indonesia yaitu perubahan cara berbisnis yang dahulu sangat menekankan *owning* (kepemilikan) menjadi *sharing* (berbagi peran) seperti terjadinya perubahan bisnis *offline* menjadi bisnis digital (*online*). Hal tersebut merupakan salah satu dampak dari perubahan pola konsumsi belanja masyarakat yang berubah dari belanja secara konvensional menjadi belanja berbasis digital, terutama oleh generasi milenial. Untuk menjawab pola konsumsi masyarakat yang berubah serba digital (*online*), pada dekade belakang ini banyak bermunculan platform *e-commerce* di Indonesia.

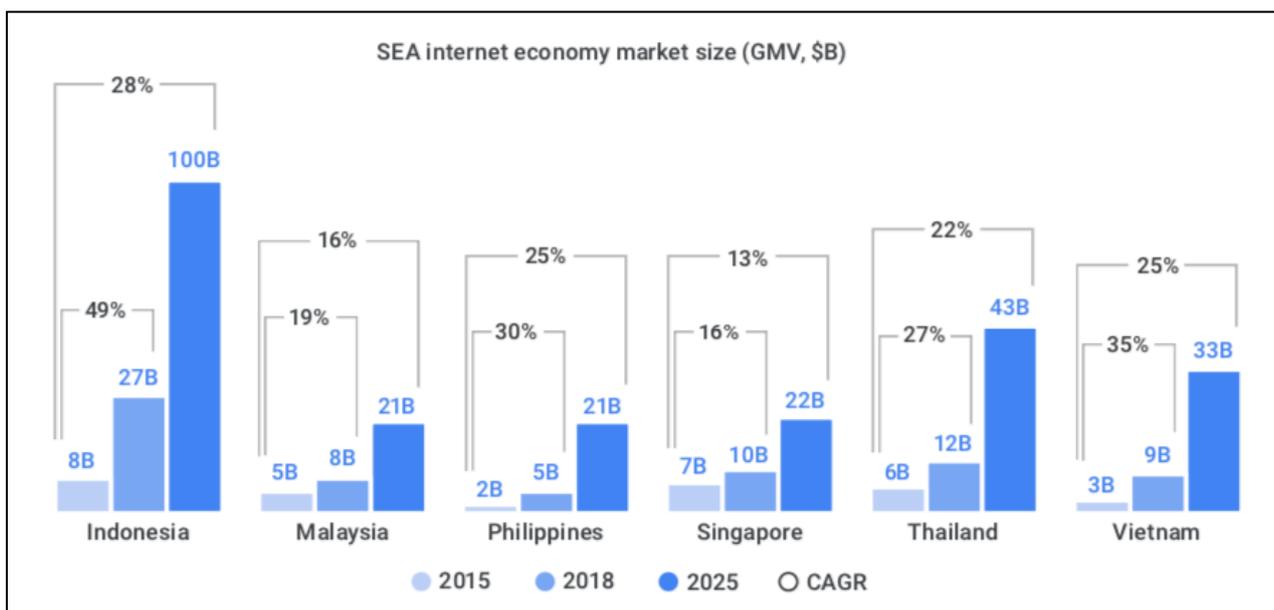


sumber : [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)

**Gambar 1.1 Jumlah pengguna *mobile* di Indonesia**

Menurut data *wearesocial.com* bahwa pengguna mobile (ponsel pintar) di Indonesia telah mencapai 355,5 juta sedangkan total populasi penduduk Indonesia hanya mencapai 268,2 juta jiwa, hal ini memiliki arti bahwa beberapa orang di Indonesia

memiliki dua atau lebih ponsel yang digunakannya. Kemudian tercatat bahwa 56 persen dari total jumlah penduduk Indonesia sudah aktif dalam menggunakan internet yaitu sebesar 150 juta jiwa, dengan rata-rata menghabiskan waktu delapan jam per hari untuk melakukan *browsing* di internet. Hal tersebut menjadi peluang atau potensi bagi perusahaan dalam menjangkau konsumen di era industri digital.



sumber : [www.thinkwithgoogle.com](http://www.thinkwithgoogle.com)

**Gambar 1.2 Pasar ekonomi digital Asia Tenggara**

Menurut laporan *e-economy* SEA 2018 yang dikeluarkan oleh Google dan Temasek, Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara di Asia Tenggara yang memiliki transaksi ekonomi digital terbesar yaitu mencapai 27 miliar dollar Amerika dengan pertumbuhan tercepat 49 persen CAGR (*compound annual growth rate*) 2015 hingga 2018. Kemudian di susul oleh Thailand sebagai peringkat kedua dengan transaksi sebesar 23 miliar dollar Amerika dan pertumbuhan sebesar 27 persen CAGR (*compound annual growth rate*) 2015 hingga 2018.

Kemudian dilansir dari *website* Kontan.co.id yang menyatakan bahwa industri *furniture* di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Sekretaris

Jenderal Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) ekspor *furniture* atau mebel Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 4% dari tahun 2017. Tercatat ekspor mebel pada tahun 2017 sebesar 1,63 miliar dollar Amerika dan pada tahun 2018 tercatat sebesar 1,69 miliar dollar Amerika. Hal ini menyatakan bahwa industri *furniture* di Indonesia masih menarik untuk dimasuki.

Memanfaatkan gejolak industri *furniture* sekaligus potensi pasar yang dimiliki oleh Indonesia sebagai negara dengan transaksi digital terbesar di Asia Tenggara dan pengguna internet yang mengalami pertumbuhan, perusahaan di Indonesia dengan latar belakang industri yang berbeda mulai merubah strateginya dengan menerapkan pemasaran *multi channel* salah satunya dengan *go online* seperti membuat *platform* atau *website* berbasis digital yang memudahkan transaksi jual-beli dengan konsumen. Salah satu contoh dari fenomena tersebut yaitu perusahaan retail di industri *furniture* seperti PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) yang telah melakukan beberapa transformasi berbasis digital.

PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) merupakan salah satu perusahaan *retail furniture* di Indonesia yang telah memanfaatkan momentum perkembangan digital yang sangat pesat. Dalam strategi pemasarannya perusahaan ini telah menggunakan strategi *multi channel* dengan membangun *website platform* digital ([www.fabelio.com](http://www.fabelio.com)) yang berfungsi sebagai etalase produk yang ditawarkan, sekaligus mempermudah dalam melakukan transaksi jual-beli kepada konsumen. PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) mengklaim bahwa dirinya merupakan retail e-commerce *furniture* terbesar di Indonesia yang berasal dari Indonesia.

Sejak tahun 2015 dalam ranah usaha bisnisnya, PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) telah melakukan berbagai ekspansi *showroom furniture* ke berbagai daerah di pulau Jawa. Hingga saat ini PT Tiga Elora Nusantara telah memiliki 15 *showroom furniture* yang bertujuan untuk menjangkau konsumen yang ingin melihat secara langsung produk yang ditawarkan oleh PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio). Dengan mengkombinasikan strategi pemasaran *multi channel* yaitu secara *online* melalui *platform* digital dan *offline* dengan melalui *showroom furniture*, PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) berharap mampu memuaskan keinginan konsumen dalam bidang *furniture*.

Untuk mendukung perkembangan bisnis PT Tiga Elora Nusanta (Fabelio) yang begitu cepat maka diperlukan manajemen keuangan yang baik. Seluruh transaksi termasuk pemasukan dan pengeluaran finansial oleh perusahaan serta kebijakan-kebijakan finansial harus diperhatikan dengan penuh ketelitian. Pada PT Tiga Elora Nusantara yang merupakan perusahaan *retail e-commerce furniture*, aliran kas masuk pada umumnya berasal dari penjualan. Penjualan dapat dilakukan dengan cara tunai atau kredit melalui *platform website*. PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) memiliki 15 *showroom* yang tersebar di pulau jawa sehingga memiliki data penjualan masing-masing *showroom* yang berbeda. Oleh karena itu diperlukan pengawasan terhadap kas masuk dari masing-masing *showroom* yang dianggap sebagai piutang perusahaan terhadap *showroom*. Selain dari sisi arus kas masuk PT Tiga Elora Nusantara juga memiliki arus kas keluar, berasal dari *supplier furniture* yang telah bekerjasama. Dalam hal ini perusahaan melakukan order kepada *supplier furniture* yang dalam pelunasannya memerlukan jangka waktu tertentu yang telah disepakati antara *supplier* dengan perusahaan. Proses pelunasan pada jangka waktu tertentu tersebut dianggap sebagai utang perusahaan kepada *supplier* dan dianggap lunas ketika perusahaan telah menyelesaikan seluruh transaksi dengan nilai nominal yang telah disepakati.

Dalam melakukan pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran finansial, PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) menggunakan aplikasi sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) yaitu Oracle Netsuite yang telah di *customize* oleh tim perusahaan dengan tim Oracle. Sistem ini membantu perusahaan terutama divisi keuangan dalam melakukan efisiensi pencatatan seluruh transaksi keuangan perusahaan, melakukan pengawasan terhadap kesalahan input data keuangan, dan melakukan pembaruan data-data transaksi secara *real time*. Selain itu Oracle Netsuite digunakan oleh PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) sebagai *database* perusahaan yang terjaga dengan rapi dan kerahasiaannya.

Penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir mendapatkan kesempatan untuk melakukan praktek kerja magang di PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio) khususnya pada divisi *Finance* bagian *Account Payable*. Dengan demikian penulis diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan baik dalam hal teori maupun praktek ke dalam dunia nyata.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari program kerja magang ini adalah untuk memahami peranan Departemen *Finance* pada perusahaan *retail e-commerce furniture*, khususnya di bagian *Account Payable* dalam kegiatan operasional PT Tiga Elora Nusantara.

Sedangkan tujuan dari dilakukannya program kerja magang ini bagi penulis adalah :

1. Untuk memperoleh pengalaman dalam dunia kerja yang sesungguhnya di bidang keuangan terutama bagian *Account Payable*.
2. Untuk mengaplikasikan secara praktikal ilmu-ilmu yang telah diperoleh secara akademis di bidang *Finance*.
3. Untuk memperluas pengetahuan mengenai alur pembayaran utang dalam perusahaan *retail e-commerce furniture*.
4. Untuk memberikan referensi kepada rekan akademika lainnya mengenai alur pembayaran utang dalam perusahaan.
5. Untuk memenuhi syarat kelulusan Strata-1 Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen major *Finance* Universitas Multimedia Nusantara.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Kerja Magang

Program Kerja Magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu minimal efektif 60 hari kerja.

Pelaksanaan program kerja magang sebagai berikut :

- Nama Perusahaan : PT Tiga Elora Nusantara.  
Brand Perusahaan : Fabelio.  
Alamat : La Maison Barito 01-02, Jalan Barito II No.56, RT. 004/RW. 004, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12130.  
Waktu Pelaksanaan : 10 Juni 2019 – 10 September 2019.  
Waktu Operasional : Senin – Jumat pukul 09.00 – 18.00.  
Posisi Magang : Finance Division, Account Payable team.

### 1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang diikuti penulis merupakan ketetapan yang berlaku berdasarkan Universitas Multimedia Nusantara dan PT Tiga Elora Nusantara. Prosedur kerja magang yang ditetapkan sebagai berikut :

- a. Pengajuan *Curriculum Vitae* kepada HRD PT Tiga Elora Nusantara.
- b. Melakukan interview dengan HRD PT Tiga Elora Nusantara dan *Supervisor Finance Division* di Fabelio *Headquarter* pada tanggal 9 Mei 2019.
- c. Menandatangani kontrak kerja magang.
- d. Mengajukan permohonan dengan mengisi fomulir pengajuan kerja magang Form KM-01 dan Form KM-02 sebagai surat pengantar kerja magang yang ditujukan kepada perusahaan.
- e. Menerima surat balasan dari pihak perusahaan kepada universitas sebagai bukti bahwa telah diterima di perusahaan.
- f. Efektif bekerja dan perkenalan di Fabelio *Headquarter* pada tanggal 10 Juni 2019.
- g. Melaksanakan program kerja magang.
- h. Melengkapi dokumen-dokumen administrasi program kerja magang seperti Form KM-03, Form KM-04, Form KM-05, Form KM-06, dan Form KM-07.
- i. Melakukan penyusunan laporan kerja magang.
- j. Melakukan penyerahan laporan kerja magang kepada PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio).
- k. Sidang kerja magang sebagai pertanggungjawaban hasil kerja magang.

### 1.4 Metode dan Sistematikan Penulisan

Penulisan laporan magang ini dilakukan dengan metode dan sistematika penulisan dengan format buku yang diatur dalam buku “Panduan Kerja Magang Prodi Manajemen” tahun 2018/2019 yang disusun khusus untuk Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara, dengan struktur sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian awal ini, penulis membahas mengenai latar belakang dalam bidang praktek kerja magang, maksud dan tujuan kerja magang, serta waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang.

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menguraikan profil perusahaan yang dimulai dari sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, hingga gambaran umum divisi tempat penulis melaksanakan kerja magang serta dilengkapi dengan tinjauan pustaka yang mendukung teori-teori terkait yang berhubungan dengan topik kerja magang.

## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis merincikan tugas-tugas yang dilakukan pada saat praktek kerja magang dan kendala-kendala yang terjadi beserta dengan solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut.

## BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menarik kesimpulan dari teori yang digunakan dikaitkan dengan realisasi kerja di PT Tiga Elora Nusantara (Fabelio). Selain itu, penulis juga memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pelaksana kerja di perusahaan PT Tiga Elora Nusantara kedepannya.