



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo RedDoorz

Sumber: Dokumentasi RedDoorz, 2021

Gambar 2.1 merupakan gambar logo yang dimiliki oleh RedDoorz. Logo ini memiliki makna yang terkandung di dalamnya, seperti gambar tiga pintu yang berjajar ke belakang memiliki makna pintu-pintu dari kamar hotel yang ada di dalam *property* dan umumnya setiap *property* pasti memiliki pintu, serta gambar ini ingin menunjukkan bahwa RedDoorz sebagai *hotel chain*. Kemudian penggunaan kata “Red” dikarenakan RedDoorz ingin menjadi perusahaan *budget hotel* nomor satu di kawasan Asia Tenggara, dimana rata-rata bendera negara-negara di Asia Tenggara memiliki warna merah, sehingga digunakanlah kata Red tersebut. Sementara untuk penggunaan kata “Doorz” memiliki makna pintu-pintu kamar hotel, dan digunakannya huruf Z daripada huruf S dikarenakan pada domainnya telah terpakai, sehingga digunakanlah huruf Z. Untuk makna dari pemilihan warna, warna hitam pada kata “Red” memiliki arti kekuatan dan kepercayaan diri RedDoorz untuk dapat membuka lebih banyak *property* di setiap kota pada setiap negara di kawasan Asia Tenggara.

Sedangkan warna merah memiliki arti semangat dan gairah RedDoorz untuk menjadi penggerak teknologi dan merek akomodasi zaman baru di kawasan Asia Tenggara serta semangat untuk dapat terus memperluas serta meningkatkan layanannya.

PT Commeasure Solutions Indonesia atau lebih dikenal dengan sebutan RedDoorz merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata, tepatnya pada sektor akomodasi. RedDoorz adalah perusahaan penyedia hotel *budget* secara *online* dan merupakan yang terbesar di Indonesia. RedDoorz didirikan pertama kali pada tahun 2015 di Singapura dengan pendirinya yang bernama Amit Saberwal, bermula dari perjalanan karirnya sebagai seorang *Chief Business Officer* di perusahaan *online travel* asal India yaitu Make My Trip dan memiliki pengalaman sebagai *Sales & Marketing Head* di Park Hotels, akhirnya dengan berbekal pengalaman tersebut ia memberanikan diri untuk mendirikan RedDoorz.

RedDoorz masuk ke Indonesia pada tahun 2015, dan Indonesia merupakan negara pertama yang dituju sebagai pasar utama. Pada tahun 2016 RedDoorz melakukan ekspansi ke beberapa kota besar di Indonesia seperti Bandung, Bali, Surabaya, Bogor, Yogyakarta, dan Semarang. Setahun kemudian yakni pada tahun 2017 RedDoorz melakukan ekspansi di negara Singapura dengan meluncurkan 7 penginapan dan di tahun yang sama RedDoorz Indonesia telah memiliki 500 penginapan. Pada tahun 2018, RedDoorz juga melakukan ekspansi ke negara Filipina dan Vietnam, sehingga dalam kurun waktu 3 tahun RedDoorz telah mampu berdiri di 4 negara. Tidak hanya itu, pada tahun 2019, RedDoorz Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, hal itu dikarenakan RedDoorz telah hadir di 50 kota di Indonesia dengan jumlah lebih dari 1.000 *property* dan lebih dari 30.000 kamar tersedia.

RedDoorz memiliki fokus terhadap perkembangan penginapan dan juga saluran distribusi penjualan kamar secara online. Pada dasarnya bisnis yang dijalankan oleh RedDoorz yaitu bermitra dengan *property* yang berpotensi dan *property* tersebut akan terikat komitmen untuk menggunakan merek RedDoorz. RedDoorz kemudian akan membantu

pemilik *property* dalam hal penyediaan fasilitas dan sistem operasional yang dapat mempermudah dan membantu para pemilik *property* untuk dapat meningkatkan kualitas penginapannya. Fasilitas yang telah menjadi *standard* dan wajib untuk dijalani oleh mitra *property* yaitu layanan wifi gratis, linen bersih, kamar ber-AC, toilet bersih, handuk, *water heater*, air mineral, dan layanan 24 jam. Sementara dari sisi operasional, RedDoorz membantu pemilik *property* untuk dapat mendistribusikan penjualan kamar secara *online & offline*, menyediakan *digital marketing*, *monitoring* harga secara *real time*, *branding*, dan layanan *customer service* 24 jam.

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, RedDoorz tidak hanya memiliki satu *brand* saja, namun terdapat beberapa *brand* lain yang berada dibawah naungan RedDoorz (*multibrands*). *Brand-brand* tersebut yaitu:

- a. **Sans Hotel** merupakan lini terbaru dari *property* RedDoorz. Hotel ini di desain dengan konsep interior yang *colourful* dan setiap sudut hotel dirancang seunik mungkin. Sans Hotel menargetkan orang-orang yang berjiwa muda sehingga sesuai dengan konsep bangunan yang dihadirkan yaitu mengedepankan keunikan pada desain. Nama Sans Hotel diambil dari kata “Santai”, sehingga diharapkan orang-orang yang menginap di hotel ini dapat menjadi lebih rileks dan dapat memulihkan kembali energy dalam dirinya.



Gambar 2. 2 Logo Sans Hotel

Sumber: Dokumentasi RedDoorz, 2021

- b. **Sunerra** merupakan hotel bintang empat keluaran RedDoorz. Hotel ini menargetkan masyarakat kalangan menengah keatas sebagai konsumen

potensialnya. Sunerra dibangun dengan konsep global, yaitu menggabungkan gaya internasional dengan kebudayaan lokal. Hotel ini memiliki fasilitas standar bintang empat mulai dari ukuran kamar yang cukup luas dan terdapat fasilitas penunjang yang cukup lengkap seperti *swimming pool, restaurant, co-working space, meeting room*, dan fasilitas olahraga lainnya. Sunerra saat ini hanya terdapat di Antero Jababeka Cikarang.



Gambar 2. 3 Logo Sunerra Hotel

Sumber: Dokumentasi RedDoorz, 2021

- c. **Koolkost** merupakan layanan hunian indekos yang berada dibawah manajemen RedDoorz. Konsumen Koolkost dapat menyewa kamar kos secara harian maupun bulanan melalui aplikasi. Kehadiran Koolkost tentu memberikan manfaat yang besar bagi konsumen karena konsumen dapat mencari dan melakukan pemesanan kamar kos secara online dari aplikasi, dapat dengan mudah membandingkan harga dan fasilitas kamar yang tersedia, banyak pilihan metode pembayaran, dan hunian kos yang diberikan telah memiliki fasilitas yang lengkap dan terstandarisasi seperti Wifi, lemari pakaian, air minum, linen bersih, dan layanan pembersihan rutin.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 4 Logo Koolkost

Sumber: Dokumentasi RedDoorz, 2021

- d. **Collection by RedDoorz** merupakan hotel non branded dimana penginapan ini tidak menggunakan brand RedDoorz, namun dalam hal pemasaran dan distribusi penjualan kamarnya dibantu oleh RedDoorz. Sehingga disini property owner tetap dapat menggunakan brand miliknya sendiri.

2.1.2 Visi & Misi Perusahaan

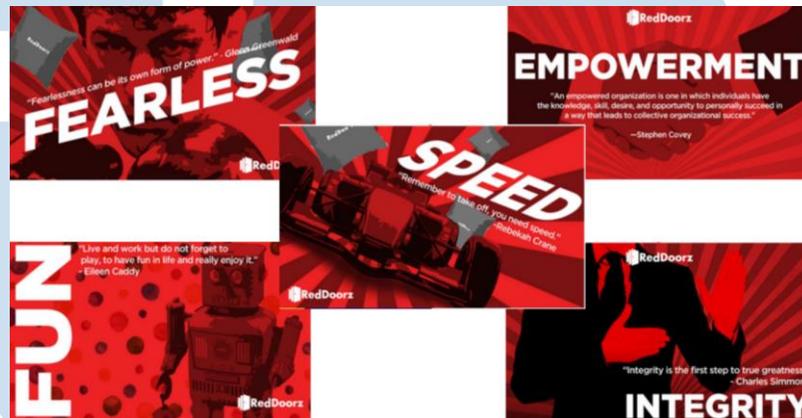
PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz) memiliki visi untuk menjadi penggerak teknologi terbesar dan merek akomodasi zaman baru di kawasan Asia Tenggara dengan menawarkan standarisasi, prediksi, dan nilai yang besar terhadap penginapan disetiap sudut jalan yang relevan. Sementara misi dari RedDoorz adalah memberikan dan membawa nilai lebih bagi para pemangku kepentingan dengan memperluas dan meningkatkan penawaran layanan pengguna setiap hari serta membuka *property* baru di kota-kota baru maupun di kota yang sudah ada.

2.1.3 Value Perusahaan

PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz) memiliki nilai-nilai yang dianut dan ditanamkan kepada seluruh karyawan ketika bekerja di RedDoorz. Terdapat lima nilai perusahaan yang ditanamkan dan patut untuk dijalankan oleh seluruh karyawan RedDoorz, nilai –nilai tersebut yaitu:

1. *Speed*: Pada nilai ini, RedDoorz ingin menanamkan kepada karyawannya untuk dapat mendorong diri lebih keras daripada sebelumnya untuk dengan cepat mengambil langkah berikutnya. Sehingga karyawan hanya memiliki sedikit waktu untuk dapat membuktikan dirinya. Hal ini ditanamkan melihat pergerakan kecepatan bisnis saat ini, dimana jika kita tidak dapat mengikuti pergerakan dengan cepat, maka pesaing kita yang akan mendahului. Oleh karena itu, semakin cepat kita belajar maka akan semakin cepat untuk berevolusi.
2. *Empowerment*: Pada nilai ini, RedDoorz meyakini bahwa setiap pribadi karyawan memiliki keahliannya masing-masing dan oleh karena itu perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan skills, sumber daya, otoritas, kesempatan, dan motivasi sesuai dengan yang mereka butuhkan dan disaat yang sama memberikan kesempatan kepada karyawan untuk bertanggung jawab atas tindakan mereka, dan kemudian memberikan apresiasi secara penuh atas pencapaian karyawan.
3. *Integrity*: Pada nilai ini, RedDoorz menanamkan kepada karyawannya untuk bekerja secara professional, dan hal ini menjadi suatu keharusan. Karyawan ditanamkan untuk bertindak secara jujur dan melakukan hal yang benar secara adil dan bertanggung jawab.
4. *Fearless*: Pada nilai ini, RedDoorz ingin menanamkan kepada karyawannya bahwa kemenangan hadir diluar rasa takut. Walaupun rasa takut tidak akan pernah bisa sepenuhnya hilang dari kehidupan, namun karyawan diajak untuk bisa berada pada titik dimana ketakutan tersebut tidak menghentikan diri mereka untuk berani memikirkan hal-hal baru. Karyawan RedDoorz diajak untuk melakukan hal-hal baru, mengambil resiko, berani menghadapi kejatuhan, bangkit kembali dan bergembira.

5. *Fun*: Pada nilai ini, RedDoorz menanamkan kepada karyawannya bahwa bekerja adalah hal yang menyenangkan. Sehingga jika karyawan merasa senang, maka kesenangan tersebut akan terpancar kepada karyawan yang lainnya.



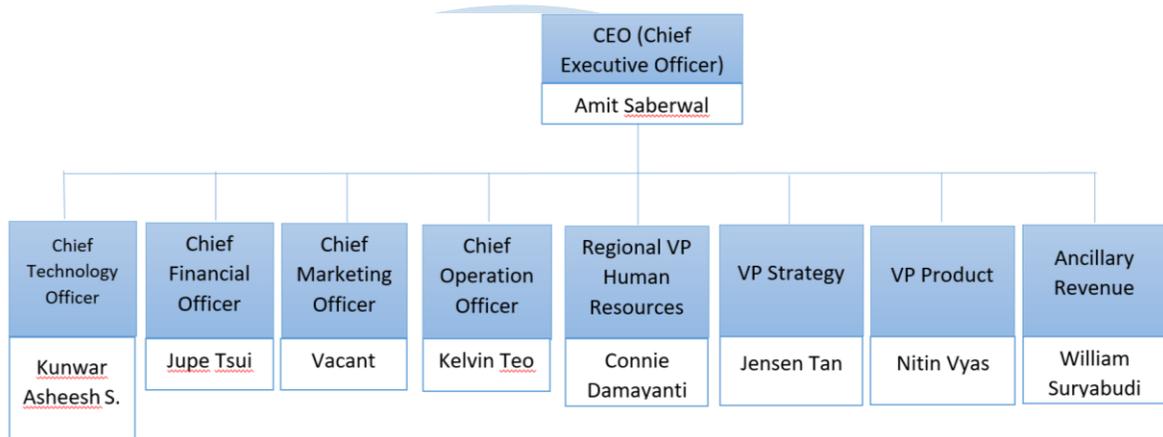
Gambar 2. 5 Nilai-nilai PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz)

Sumber: Dokumentasi RedDoorz, 2021

2.2 Struktur Organisasi PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz)

Struktur organisasi di PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz) secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 6 Struktur Organisasi PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz)

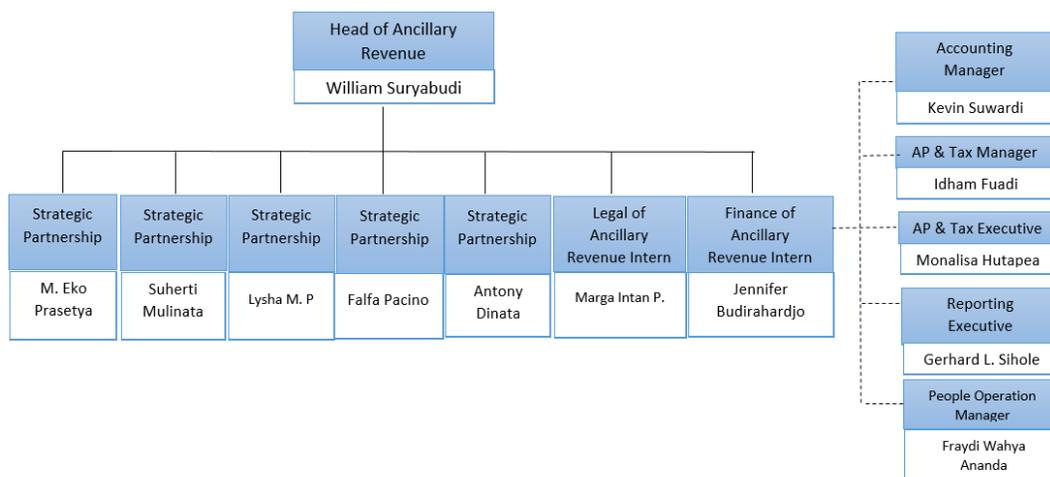
Sumber: Internal, PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz)

Struktur organisasi di PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz) terbagi menjadi beberapa bagian. Terdapat sembilan bagian di dalam perusahaan. Pada posisi teratas dipimpin oleh CEO (*Chief Executive Officer*) selaku founder dari RedDoorz. Kemudian CEO membawahi delapan bagian yaitu *Chief Technology Officer*, *Chief Financial Officer*, *Chief Marketing Officer*, *Chief Operation Officer*, *Regional VP Human Resources*, *VP Strategy*, *VP product*, dan *Ancillary Revenue*. Semua bagian tersebut memiliki tanggung jawabnya masing-masing dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan, dan saling berkoordinasi satu sama lain agar kegiatan dalam perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Penulis dalam praktik kerja magang ini, diberikan kesempatan untuk berada di dalam Departemen *Ancillary Revenue* yang dibimbing secara langsung oleh Bapak William Suryabudi selaku *Head of Ancillary Revenue*.

2.3 Struktur Organisasi Departemen *Ancillary Revenue*

Departemen *Ancillary Revenue* memiliki tanggung jawab untuk mencari pendapatan tambahan bagi perusahaan dan pemilik *property* diluar penjualan kamar hotel, dengan begitu baik perusahaan maupun pemilik *property* dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar.

Berikut ini adalah struktur organisasi departemen *Ancillary Revenue* di PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz):



Gambar 2. 7 Struktur Departemen Ancillary Revenue PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz)

Sumber: Internal, PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz)

Dalam Gambar 2.7 Bapak William Suryabudi selaku *Head of Ancillary Revenue* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memantau kinerja seluruh anggota team dan sebagai pengambil keputusan dalam kegiatan operasional departemen ini. Beliau juga bertugas untuk menyampaikan progress kinerja departemen *Ancillary Revenue* kepada manajemen atas.

Pada peran *Strategic Partnership* yang diduduki oleh lima orang, memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menjalin hubungan kerjasama dengan vendor terkait produk-produk *ancillary revenue*, menawarkan produk-produk *ancillary* kepada pemilik *property* melalui presentasi via *google meet* atau *whatsapp call*, serta berkoordinasi dengan vendor untuk penjadwalan pemasangan produk *ancillary* di *property-property RedDoorz*.

Selanjutnya *Legal of Ancillary Revenue* bertanggung jawab untuk membuat addendum dan perjanjian kerjasama antara RedDoorz dengan vendor ataupun pemilik *property* serta mereview pasal-pasal yang tertuang di dalam perjanjian kerjasama.

Kemudian *Finance of Ancillary Revenue* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memproses segala hal terkait keuangan di dalam departemen ini, membuat laporan penjualan atas produk-produk *ancillary*, dan membantu membuat peramalan (*forecast*) pada project-project baru yang ingin dijalankan. *Finance of Ancillary Revenue* juga melakukan koordinasi dengan beberapa pihak seperti *Accounting Manager* untuk proses pembuatan invoice dan pembayaran *auto-billing* untuk para pemilik *property* yang telah menggunakan produk *ancillary*, lalu *AP & Tax Manager* serta *AP & Tax Executive* untuk koordinasi masalah pembayaran hutang RedDoorz kepada vendor-vendor terkait, dan *reimbursement* bulanan anggota *team ancillary*. Kemudian berkoordinasi dengan *Reporting Executive* untuk proses pengajuan *cash advance* dan *settlement business trip* yang telah dilakukan oleh anggota *team ancillary* dan yang terakhir berkoordinasi dengan *People Operations Manager* (HR) untuk proses pengajuan *incentives* anggota *team ancillary* dan verifikasinya.

2.4 Tinjauan Pustaka

2.4.1 Financial Management

Menurut (Jatmiko, 2017) manajemen keuangan adalah hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan, pengarahan, pemantauan, pengorganisasian, dan pengendalian terhadap sumber daya keuangan yang ada di dalam perusahaan. Manajemen keuangan berperan penting bagi keberlangsungan perusahaan, sebab berhubungan dengan proses mendapatkan

uang dan pemanfaatan uang secara efektif untuk mencapai tujuan bersama. Menurut (Sadikin, Misra, & Hudin, 2020) terdapat 3 aktivitas dalam manajemen keuangan, aktivitas tersebut yaitu:

1. Aktivitas penggunaan dana: Dalam aktivitas ini perusahaan menginvestasikan dana yang dimiliki pada berbagai aktiva.
2. Aktivitas perolehan dana: aktivitas ini berkaitan dengan perolehan sumber dana, dimana perusahaan dapat memperoleh dana baik secara internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan.
3. Aktivitas pengelolaan aktiva: dalam aktivitas ini setelah perusahaan mendapatkan dana dan menginvestasikan dana tersebut pada berbagai aktiva, maka perusahaan harus dapat mengelola aktiva tersebut sebaik atau seefisien mungkin.

Selain itu menurut (Martono & Harjito, 2020) manajemen keuangan memiliki 3 fungsi sebagai berikut:

1. Keputusan Investasi (*Investment Decision*)

Keputusan ini berkaitan dengan asset atau aktiva yang ingin dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi menjadi keputusan yang paling penting daripada ketiga fungsi lainnya, dikarenakan keputusan ini berhubungan langsung dengan rentabilitas investasi dan aliran kas perusahaan di waktu yang akan datang.

2. Keputusan Pendanaan (*Financing Decision*)

Keputusan ini berfokus pada dua hal yaitu menetapkan perolehan sumber dana yang diperlukan untuk melakukan kegiatan investasi serta menetapkan perimbangan pembelanjaan yang paling baik (struktur modal optimum).

3. Keputusan Pengelolaan Asset (*Asset Management Decision*)

Keputusan ini menyangkut tanggung jawab manajer-investasi dalam suatu perusahaan, dimana manajer investasi harus bertanggung jawab terhadap segala tingkatan operasi dari asset-asset yang dimiliki perusahaan.

2.4.2 Account Receivable

Menurut Joy (1978) dalam (Senzu & Ndebugri, 2017) piutang atau *account receivable* merupakan hutang yang dimiliki pelanggan kepada perusahaan yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa. Sementara menurut (Sugiri, 2009) piutang merupakan tagihan yang ditujukan kepada individu ataupun perusahaan yang akan diperoleh dalam bentuk kas. Piutang masuk ke dalam unsur asset lancar (aktiva lancar). Menurut Warren (2008) dalam (Kusnady & Adilla, 2019) piutang dapat dibedakan menjadi 2 jenis yaitu:

1. Piutang usaha (*Account Receivable*)

Piutang usaha diperoleh dari penjualan secara kredit dan untuk jangka waktu yang pendek. Piutang jenis ini umumnya akan ditagihkan dalam waktu 1 sampai 2 bulan. Piutang usaha biasanya tidak mengenakan bunga, namun tidak menutup kemungkinan untuk membebankan bunga atau biaya jasa apabila pembayarannya tidak dilakukan dalam periode yang sudah ditentukan.

2. Wesel Tagih (*Notes Receivable*)

Wesel tagih merupakan janji tertulis yang menyebutkan bahwa seseorang atau perusahaan akan membayar sejumlah uang pada tanggal tertentu di masa yang akan datang. Wesel tagih bisa bersifat jangka panjang ataupun jangka pendek. Selain itu wesel tagih dapat dibedakan menjadi 2 jenis:

- Wesel tagih berbunga (*interest bearing notes*)

Pada wesel ini tertulis perjanjian untuk membayar pokok beserta dengan bunga yang terhutang pada tingkat tertentu.

- Wesel tagih tanpa bunga (*non-interest bearing notes*)

Pada wesel jenis ini tidak dituliskan persen bunganya, namun jumlah nominal yang harus dibayar telah meliputi beban bunga.

2.4.3 Account Payable

Menurut Warren *et al.* (2015) dalam (Molanda, 2016) *account payable* timbul dari adanya transaksi pembelian barang ataupun jasa yang akan digunakan pada kegiatan operasi perusahaan atau dapat digunakan untuk membeli persediaan barang dagang untuk kemudian dijual kembali. *Account payable* atau hutang dagang termasuk kedalam unsur hutang lancar sehingga pelunasannya harus dilakukan dengan jangka waktu tidak lebih dari 1 tahun. Menurut (Warren & Yusuf, 2010) dalam *account payable* terdapat beberapa syarat pembayaran, syarat –syarat tersebut yaitu:

1. n/30 (n adalah neto), syarat ini mengharuskan agar pembayaran selambat-lambatnya dilakukan 30 hari setelah terjadinya transaksi.
2. n/EOM (*End of Month*), syarat ini mengharuskan agar pembayaran selambat-lambatnya dilakukan di akhir bulan.
3. n/10 EOM, syarat ini mengharuskan agar pembayaran selambat-lambatnya dilakukan dalam waktu kurang atau sama dengan 10 hari setelah berakhirnya bulan.
4. 2/10, n/30, syarat ini menunjukkan apabila melakukan pembayaran dalam waktu kurang atau sama dengan 10 hari setelah transaksi maka debitor akan dikenakan potongan sebesar 2%, namun debitor juga masih diperbolehkan untuk melunasi pembayaran selambatnya 30 hari setelah transaksi (tidak dapat potongan).

2.4.4 Peramalan (*Forecasting*)

Menurut (Satyarini, 2007) peramalan atau *forecasting* merupakan sebuah ilmu dan seni untuk memprediksi kejadian di masa yang akan datang. Peramalan menjadi titik awal dari lahirnya sebuah rencana. Perencanaan yang baik dapat tercapai apabila terdapat peramalan yang baik. Dalam menentukan metode peramalan yang akan digunakan, mempelajari pola dari data yang sudah dimiliki menjadi hal pertama yang harus dilakukan, sebab peramalan merupakan kegiatan untuk memproyeksikan data-data

di masa lalu ke masa yang akan datang. Pola data di masa lalu akan sangat berdampak terhadap nilai data yang akan kita coba untuk ramalkan. Menurut Chase (2000) dalam (Satyarini, 2007) *forecasting* dapat dibagi menjadi 3 jangka waktu peramalan:

1. *Long-term forecast*: peramalan untuk jangka waktu yang panjang ini dapat meng-cover lebih dari tiga tahun dan biasanya digunakan untuk perencanaan jangka panjang pada isu-isu strategis.
2. *Midrange forecast*: peramalan ini dapat meng-cover antara satu hingga tiga tahun dan biasanya *forecast* ini digunakan untuk meramalkan masalah anggaran & rencana penjualan.
3. *Short term forecast*: peramalan ini biasanya digunakan untuk proses perencanaan operasional logistik.

Selain itu menurut Murdick et al. (1990) dalam (Satyarini, 2007) menjabarkan 3 metode peramalan jangka pendek, metode tersebut yaitu:

1. *Time series*: metode ini merupakan metode *forecast* kuantitatif, dimana pada metode ini mengasumsikan bahwa prediksi di masa yang akan datang merupakan fungsi dari data di masa lalu, yang artinya melihat kejadian di suatu kurun waktu tertentu dan kemudian memprediksi menggunakan data masa lalu tersebut.
2. *Causal*: metode ini merupakan metode peramalan yang mencari hubungan sebab-akibat.
3. *Judgement technique*: metode ini merupakan metode peramalan dimana manajer keuangan meramalkan kejadian di masa depan berdasarkan intuisi pribadi, pengalamannya, perkiraan serta opini dari para ahli lainnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A