

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT COMMEASURE SOLUTION INDONESIA

Selanjutnya, bab kedua pada penelitian ini mengupas mengenai profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, makna logo perusahaan, nilai yang dijunjung tinggi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta karakteristik responden.

1.1 Profil Perusahaan

PT Commeasure Solution Indonesia atau yang lebih dikenal dengan nama RedDoorz merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang manajemen dan pemasaran akomodasi hotel *budget* berbasis *online*. Secara garis besar, RedDoorz menerapkan konsep *Virtual Hotel Operator (VHO)*, yaitu sebuah layanan kerja sama dengan para pemilik hotel yang memiliki potensi, yang kemudian akan dilakukan *rebranding* menggunakan nama brand terkait melalui perjanjian bersama yang didasari dengan prinsip-prinsip transparansi dan komunikasi yang jelas antara pihak RedDoorz dengan para mitra pemilik hotel.

Dalam hubungan kerja sama ini, RedDoorz berkomitmen membantu pemilik properti untuk dapat meningkatkan profitabilitas dan memaksimalkan kinerja penginapan mereka dengan cara memasarkan, memberikan harga penawaran yang terbaik kepada pelanggan, serta melakukan distribusi produk melalui solusi berbasis teknologi. Selain itu, RedDoorz juga memberikan sejumlah pelatihan kepada pemilik dan pegawai hotel, diantaranya pelatihan teknologi, dasar-dasar layanan pelanggan, keterampilan bahasa, dan teknik kebersihan dan

perawatan ruang untuk memastikan tingkat layanan yang konsisten di seluruh jaringan.

RedDoorz menjadi sebuah solusi yang sangat menguntungkan bagi para *travelers* karena memberikan kemudahan dengan adanya *mobile apps* RedDoorz yang dapat diunduh di laman App Store dan Play Store. Konsumen dapat melakukan reservasi hotel secara praktis, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan proses pemesanan kamar yang sederhana. Selain itu, RedDoorz memberikan poin (RedCash) kepada pelanggan yang melakukan reservasi dan poin ini dapat digunakan untuk transaksi penginapan di masa mendatang. Harga yang ditawarkan RedDoorz pun terjangkau namun tetap memberikan fasilitas kamar yang lengkap seperti ruangan dan kasur yang nyaman, TV, Wi-Fi gratis, dan air mineral.

RedDoorz pertama kali menjalankan operasinya pada tahun 2015 dengan kantor pusat di Singapura. Kemudian pada tahun yang sama, RedDoorz memasuki pasar utama mereka, yaitu Indonesia. Pada tahun 2016, RedDoorz telah merambah ke lima kota besar di Indonesia yaitu Bandung, Surabaya, Bogor, Yogyakarta, dan Semarang yang diikuti dengan pertumbuhan properti sebanyak 11 kali lipat. Satu tahun setelahnya yaitu pada tahun 2017, RedDoorz semakin memperluas jaringan mereka dengan telah menyediakan hingga 500 penginapan, pada saat yang sama RedDoorz juga mulai menjalankan operasinya di Singapura. Pada tahun 2018, jumlah kamar RedDoorz yang tersedia di seluruh wilayah Indonesia mencapai di angka 10.000. Pada saat yang bersamaan, RedDoorz juga memulai ekspansinya ke negara Filipina dan Vietnam.

Kemudian pada tahun 2019, RedDoorz mengalami pertumbuhan dengan sangat pesat, dimana RedDoorz telah memperluas kehadirannya hingga mencakup 50 kota yang tersebar di wilayah Indonesia disertai dengan lebih dari 1.000 properti dan lebih dari 30.000 kamar. Tahun 2019 ini menjadi tahun kejayaan bagi RedDoorz. Namun, situasi berbalik pada tahun 2020 ketika RedDoorz dihadapkan tantangan yang cukup berat karena terjadinya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan signifikan pada penjualan kamar RedDoorz. RedDoorz terus berjuang dengan melakukan berbagai upaya dan strategi bertahan untuk mengatasi masa-masa sulit ini, sambil tetap berkomitmen untuk memberikan pelayanan unggul kepada konsumen dan mitra pemilik hotel. Hal ini terbukti pada tahun 2021, RedDoorz berhasil tangguh untuk mempertahankan operasionalnya dan terus bangkit pada pemulihan industri pariwisata dunia.

1.2 Visi dan Misi PT Commeasure Solution Indonesia

Di tengah persaingan dalam mencapai eksistensi pada dunia bisnis, setiap perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Oleh karena itu, visi dan misi memiliki keberadaan yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk memberikan arahan yang kokoh dalam pengambilan sebuah keputusan dan pengembangan strategi. Dibawah ini akan diuraikan visi dan misi dari PT Commeasure Indonesia (Reddoorz).

1.2.1 Visi PT Commeasure Solution Indonesia

Visi merupakan gambaran jangka panjang tentang pencapaian yang ingin diperoleh suatu perusahaan. Visi bertujuan untuk memberikan motivasi kepada karyawan agar terus dapat memberikan kontribusi terbaik, sekaligus menjaga fokus

perusahaan agar tetap berada pada jalur menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. RedDoorz memiliki visi yaitu 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.”

1.2.2 Misi PT Commeasure Solution Indonesia

Misi merupakan suatu kegiatan inti atau langkah-langkah yang yang perusahaan lakukan untuk mencapai visi yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan misi dari RedDoorz adalah untuk “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”.

1.3 Arti Logo PT Commeasure Solution Indonesia

Logo merupakan sebuah tanda dan lambang yang mengandung makna dan digunakan sebagai identitas sebuah perusahaan. Berikut makna yang terkandung pada logo RedDoorz.



Gambar 2. 1 Logo RedDoorz

Sumber: Wikipedia (2023)

a. Tiga Pintu

Ilustrasi tiga pintu yang berdiri dan berjajar ke belakang pada logo RedDoorz mengandung simbolisme dari rangkaian kamar hotel yang terdapat

pada properti. Seperti properti pada umumnya, pasti memiliki pintu-pintu, dan ilustrasi ini mencerminkan bahwa RedDoorz sebagai hotel chain.

b. Arti kata “*Red*”

RedDoorz ingin menjadi pemimpin nomor satu dalam industri hotel budget di Asia Tenggara. Bendera negara-negara di kawasan Asia Tenggara rata-rata menggunakan warna merah, sehingga pilihan kata “*Red*” digunakan perusahaan untuk menggambarkan kondisi tersebut.

c. Arti kata “*Doorz*”

Penggunaan kata “*Doorz*” diambil dari kata “*Door*” yang artinya adalah pintu-pintu pada kamar hotel. Sedangkan pilihan huruf “*Z*” dikarenakan domain yang mengandung huruf “*S*” sudah terpakai, oleh karena itu digunakanlah huruf “*Z*” untuk menciptakan identitas perusahaan.

d. Warna hitam pada kata “*Red*”

Penggunaan warna hitam pada kata “*Red*” memiliki makna bahwa RedDoorz memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk merambah lebih banyak properti di kawasan Asia Tenggara.

e. Warna merah

Penggunaan warna merah pada kata “*Doorz*” memiliki makna bahwa RedDoorz memiliki semangat dan gairah penuh untuk menjadi penggerak teknologi dan merek akomodasi inovatif zaman baru di Asia Tenggara serta mencerminkan upaya perusahaan untuk terus berkembang dan melakukan perluasan jangkauan serta peningkatan pelayanan.

1.4 Nilai PT Commeasure Solution Indonesia

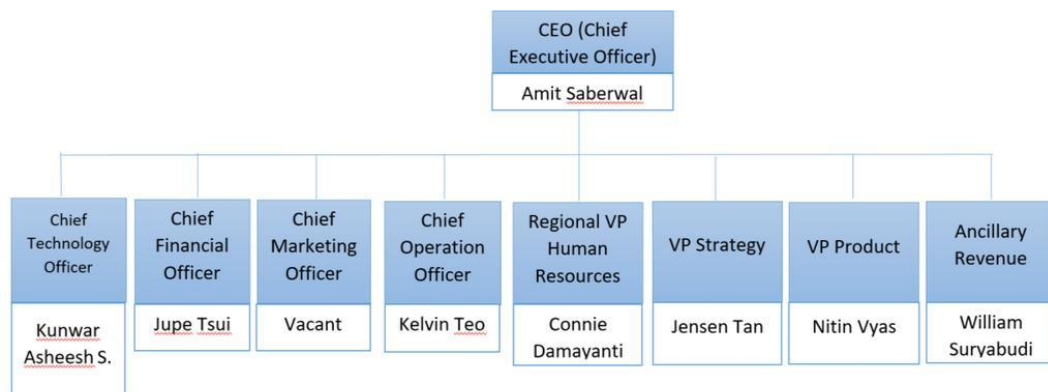
RedDoorz memiliki lima nilai inti yang harus ditanamkan pada seluruh karyawan sebagai pedoman saat menjalankan pekerjaan mereka, diantaranya yaitu:

- a. *Speed* (Kecepatan): Nilai yang ditanamkan pada karyawan RedDoorz untuk bekerja lebih keras dan lebih cepat dalam pengambilan langkah selanjutnya, hal ini dikarenakan melihat perkembangan dan sifat bisnis yang terus berevolusi sehingga bekerja dengan cepat menjadi kunci agar perusahaan tidak tertinggal oleh pesaing bisnis.
- b. *Empowerment* (Pemberdayaan): Nilai ini meyakini bahwa setiap karyawan memiliki keahliannya masing-masing, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk mengembangkan potensi tersebut dengan memberikan pelatihan keterampilan, kesempatan, sumber daya, otoritas, dan motivasi sesuai yang dibutuhkan agar karyawan bisa bertanggung jawab atas tindakan mereka, dan memberikan apresiasi atas keberhasilan yang dicapai karyawan.
- c. *Integrity* (Integritas): Nilai ini ditanamkan kepada karyawan RedDoorz bahwa pentingnya bekerja secara profesional dengan berperilaku jujur dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang diemban.
- d. *Fearless* (Tanpa Rasa Takut): Nilai ini menjadi pengingat bagi karyawan RedDoorz untuk berani melangkah maju tanpa rasa takut yang bisa menghambat kemajuan. Karyawan diharapkan untuk terus berani menghasilkan ide-ide baru, mengambil resiko, mengatasi kegagalan, dan kembali bangkit dengan semangat yang tinggi.

- e. *Fun* (Menyenangkan): Nilai ini ditanamkan kepada karyawan bahwa bekerja adalah suatu hal yang menyenangkan. Kebahagiaan yang ada pada diri seseorang saat bekerja akan terpancar kepada karyawan lain.

1.5 Struktur Organisasi PT Commeasure Solution Indonesia

Struktur organisasi adalah sebuah kerangka yang menggambarkan susunan atau posisi pada sumber daya perusahaan, sehingga masing-masing individu memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam pekerjaannya. Berikut ini struktur organisasi pada PT Commeasure Solution Indonesia (RedDoorz).



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi RedDoorz

Sumber: RedDoorz (2020)

Di bawah ini merupakan penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab dari posisi atau jabatan di PT Commeasure Solution Indonesia (RedDoorz):

1. Chief Executive Officer (CEO)

Chief Executive Officer (CEO) bertugas sebagai kepala atau pimpinan dari segala divisi yang terdapat pada perusahaan. CEO bertanggung jawab atas seluruh laporan dari semua divisi dalam organisasi yang kemudian akan

disampaikan kepada direksi perusahaan, kemudian CEO akan bertugas untuk mengambil keputusan strategis dan menetapkan kebijakan organisasi.

2. Chief Technology Officer (CTO)

Chief Technology Officer (CTO) bertugas sebagai pemimpin dari divisi teknologi di perusahaan RedDoorz. Tugasnya yaitu melakukan pengembangan kebijakan dan prosedur teknologi sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan serta memastikan RedDoorz mampu bersaing di pasar dengan efektivitas teknologi yang diterapkan sesuai yang diharapkan pelanggan.

3. Chief Financial Officer (CFO)

Chief Financial Officer (CFO) memiliki peran penting untuk memastikan keuangan perusahaan RedDoorz dapat terkelola dengan baik, beberapa tugas diantaranya yaitu mengatur pengelolaan administrasi keuangan, pencatatan keuangan, perencanaan dan pengawasan keuangan RedDoorz.

4. Chief Marketing Officer (CMO)

Chief Marketing Officer (CMO) memiliki tanggung jawab dalam pengambilan keputusan kegiatan pemasaran, mengawasi pelaksanaan strategi dan pengembangan kegiatan pemasaran, menangani permasalahan pada kegiatan pemasaran, dan merancang perkiraan penjualan untuk masa yang akan datang.

5. Chief Operation Officer

Chief Operation Officer memiliki peran dan tanggung jawab atas operasional perusahaan, beberapa tugas diantaranya yaitu pengambilan keputusan terkait tugas operasional, riset, pengembangan produk, dan *quality control*.

6. Chief VP Human Resource

Chief VP Human Resource memiliki tugas untuk mengawasi kontrak kerja antara perusahaan dengan karyawan, vendor, mitra, dan kontraktor. Selain itu, turut berkontribusi dalam merancang kebijakan rekrutmen karyawan, pemecatan, dan menangani segala keluhan di perusahaan, dan menerapkan kebijakan terkait non-bersaing, kerahasiaan, dan struktur kompensasi.

7. VP Strategy

VP Strategy memiliki tanggung jawab atas perumusan dan pelaksanaan strategi penjualan jasa di perusahaan RedDoorz, kegiatannya yaitu melakukan promosi hingga penyampaian produk kepada calon konsumen agar target penjualan dapat terpenuhi..

8. VP Produk

VP Produk memiliki tugas untuk memastikan kesuksesan jangka panjang produk, memantau kendala yang terjadi, dan memberikan masukan pada pengambilan keputusan terkait produk di perusahaan RedDoorz.

9. Ancillary Revenue

Tanggung jawab dari Ancillary Revenue adalah merancang strategi dan pengembangan pendapatan tambahan di RedDoorz serta memastikan perusahaan dapat mencapai target pendapatan tambahan.

1.6 Karakteristik Responden

Karakteristik responden bertujuan untuk mengetahui profil individu yang menjadi subjek penelitian. Responden pada penelitian ini akan diklasifikasikan berdasarkan domisili/tempat tinggal, jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumlah

penghasilan responden per bulan, pendidikan terakhir, dan jumlah berapa kali responden melakukan transaksi pada *mobile apps* RedDoorz. Total jumlah responden yang dibutuhkan yaitu sebanyak 100 orang yang pernah melakukan transaksi pada *mobile apps* RedDoorz minimal 2 kali atau lebih dalam satu tahun terakhir.

Proses pengumpulan data responden dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung di beberapa RedDoorz yang terletak di pusat kota Bogor (Bogor Tengah). Pendekatan ini dipilih karena wilayah tersebut diketahui memiliki tingkat okupansi (kunjungan) yang tinggi, sehingga dianggap dapat memberikan representatif yang baik dari pengguna *mobile apps* RedDoorz. Kegiatan penyebaran kuesioner ini membutuhkan waktu sekitar dua minggu pada bulan Januari 2024. Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan dari responden, berikut ini merupakan informasi penjabaran lebih lanjut.

1.6.1 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah individu yang telah melakukan transaksi penginapan RedDoorz di Kota Bogor melalui *mobile apps* RedDoorz, sehingga didapatkan informasi bahwa secara umum, rata-rata pengunjung RedDoorz berasal dari luar Kota Bogor sesuai dengan tempat tinggal responden.

Tabel 2. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No.	Responden berdasarkan Domisili	Frekuensi	Presentase
1	Bandung	10	10,00
2	Banyuwangi	2	2,00
3	Bekasi	7	7,00
4	Cileungsi	2	2,00
5	Cirebon	2	2,00
6	Depok	2	2,00
7	Jakarta Barat	6	6,00
8	Jakarta Selatan	4	4,00
9	Jakarta Timur	4	4,00
10	Jakarta Utara	5	5,00
11	Jatibarang	2	2,00
12	Karawang	2	2,00
13	Kediri	3	3,00
14	Magelang	2	2,00
15	Malang	7	7,00
16	Purwakarta	3	3,00
17	Salatiga	2	2,00
18	Semarang	6	6,00
19	Solo	4	4,00
20	Subang	1	1,00
21	Sukabumi	2	2,00
22	Surabaya	4	4,00
23	Tangerang	4	4,00
24	Tegal	3	3,00
25	Yogyakarta	11	11,00
	TOTAL	100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan hasil olah data tabel 2.1, dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna *mobile apps* RedDoorz berasal dari Yogyakarta yaitu sebanyak 11 orang (11%), selanjutnya dari Bandung sebanyak 10 orang (10%), diikuti oleh Bekasi dan Malang sebanyak 7 orang (7%).

1.6.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin memberikan wawasan untuk melihat lebih jelas mengenai pola perilaku responden dalam menggunakan *mobile apps* RedDoorz.

Tabel 2. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	41	41,00
2	Perempuan	59	59,00
TOTAL		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan dari keseluruhan total responden, menunjukkan bahwa pengguna *mobile apps* RedDoorz berjenis kelamin laki-laki sebanyak 41 orang (41%), sementara 59 orang (59%) sisanya berjenis kelamin perempuan.

1.6.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Data responden yang dikategorikan berdasarkan usia dapat mencerminkan tingkat kedewasaan seseorang dalam proses berpikir. Dalam mengetahui persepsi responden terhadap keputusan pembelian melalui *mobile apps* RedDoorz, setiap kelompok usia memberikan hasil keputusan yang bervariasi dalam menentukan pilihannya.

Tabel 2. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Responden berdasarkan Usia	Frekuensi	Presentase
1	<20 tahun	11	11,00
2	20-24 tahun	59	59,00
3	25-29 tahun	22	22,00
4	>30 tahun	8	8,00
TOTAL		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Sesuai dengan hasil olah data diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna *mobile apps* RedDoorz berada pada rentang usia 20-24 tahun yaitu sebanyak 59 orang (59%). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kelompok usia 20-24 tahun disebut sebagai Generasi Z (Gen Z) yang lahir antara tahun 1997-2012, dan Milenial yang lahir antara tahun 1981-1995. Mengingat hal ini sesuai dengan target pasar salah satu produk RedDoorz, yaitu Sans Hotel yang secara khusus ditujukan untuk generasi tersebut atau kalangan anak muda.

1.6.4 Karakteristik Responden berdasarkan Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir mengacu pada tingkat pendidikan formal yang telah ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi pola pikir responden dalam menilai dan membuat keputusan pembelian suatu produk.

Tabel 2. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1	SMP/Sederajat	2	2,00
2	SMA/Sederajat	46	46,00
3	Diploma	15	15,00
4	Sarjana	34	34,00
5	Pasca Sarjana	3	3,00
	TOTAL	100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Mayoritas sebanyak 46 orang responden (46%) pada penelitian ini merupakan tamatan SMA/Sederajat. Kemudian sebanyak 34 orang responden (34%) menempuh pendidikan terakhir Sarjana. Kemudian lulusan Diploma 15%, Pasca Sarjana 3%, dan SMP/Sederajat 2%.

1.6.5 Karakteristik Responden berdasarkan Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana gaya hidup seseorang, terlebih karena pekerjaan memiliki potensi untuk mempengaruhi preferensi produk yang tepat sebelum seseorang melakukan pembelian.

Tabel 2. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Responden berdasarkan Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Mahasiswa	35	35,00
2	Pegawai Swasta	42	42,00
3	Pegawai Negeri/TNI/ABRI	5	5,00
4	Wiraswasta	14	14,00
5	Lain-lain	4	4,00
TOTAL		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.4 yang telah disajikan di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna *mobile apps* RedDoorz adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 42 orang dengan presentase sebesar 42%. Mayoritas kedua adalah mahasiswa dengan presentase 35%, kemudian wiraswasta sebanyak 14%, pegawai negeri/TNI/ABRI 5%, dan pencari kerja 4%.

1.6.6 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan atau uang saku perbulan dapat membantu untuk mengenali pola perilaku responden dalam hal kebiasaan pengeluaran dan manajemen keuangan pribadi responden.

Tabel 2. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

No.	Responden berdasarkan Penghasilan	Frekuensi	Presentase
1	<Rp 1 juta	20	20,00
2	Rp1 juta – Rp3 juta	63	63,00
3	Rp3 juta – Rp5 juta	13	13,00
4	Rp5 juta – Rp10 juta	3	3,00
5	Rp10 juta – Rp20 juta	1	1,00
6	>Rp30 juta	0	0,00
TOTAL		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan hasil survey data di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan/uang saku dalam rentang Rp1 juta - Rp3 juta dengan presentase sebesar 63%. Sementara itu, sebesar 20% responden memiliki penghasilan/uang saku sebesar <1 juta, serta 13% responden berpenghasilan sebesar Rp3 juta - Rp5 juta, lainnya sebanyak 1% responden yang berpenghasilan Rp10 – Rp20 juta di setiap bulannya.

1.6.7 Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Penggunaan *Mobile*

Apps RedDoorz dalam 1 Tahun Terakhir

Karakteristik ini digunakan untuk menilai seberapa sering responden menggunakan *mobile apps* RedDoorz dalam satu tahun terakhir, yakni dari bulan Januari 2023 hingga Desember 2023. Apabila semakin tinggi intensitas penggunaan, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki responden dalam menggunakan *mobile apps* RedDoorz.

Tabel 2. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan *Mobile Apps RedDoorz* dalam 1 Tahun Terakhir

No.	Responden berdasarkan Jumlah Penggunaan	Frekuensi	Presentase
1	2-3 kali	86	86,00
2	4-5 kali	14	14,00
3	>5 kali	0	0,00
TOTAL		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan data dari tabel 2.7, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yakni sebesar 86% menggunakan *mobile apps* RedDoorz sebanyak 2-3 kali dalam kurun waktu satu tahun. Sementara itu, sebanyak 14% responden menggunakan *mobile apps* RedDoorz sebanyak 4-5 kali.