

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

PT. Midi Utama Indonesia, Tbk., merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang retail pemenuhan kebutuhan masyarakat. Perusahaan ini lebih dikenal masyarakat dengan nama Alfamidi. Perusahaan ini berdiri pada 27 Juni 2007 oleh keluarga Djoko Susanto, yang dikenal juga sebagai pendiri dan *owner* dari retail mini market Alfamart. Pada awal mula, perseroan ini bernama PT Midimart Utama, dengan gerai pertama Alfamidi yang terletak di Jln. Garuda No. 49 Gunung Sahari Selatan, Jakarta Pusat. Saat ini kantor utama PT. Midi Utama Indonesia, Tbk., terletak di Jln. Jalur Sutera Barat Kav. 7 – 9 Alam Sutra, Pinang, Tangerang, Banten.

Berdasarkan module yang dikeluarkan oleh Alfamidi, perusahaan ini didirikan dengan konsep “supermarket mini” yang menyediakan kebutuhan sehari – hari seperti minuman, makanan, alat rumah tangga, hingga *fresh food* seperti daging, sayur, dan buah – buahan disediakan. Alfamidi memiliki luas sekitar 200 – 400 meter persegi, dan 20% nya digunakan untuk memajang produk *fresh food*. Konsep ini berkembang untuk mencapai target segmentasi yang lebih luas. Konsep tersebut berujung pada terciptanya toko tipe baru dengan luas area 500 – 800 meter persegi. Dengan perluasan ini, jenis produk dan item juga bertambah. Tipe toko ini disebut dengan Alfasupermarket yang lebih dikenal dengan Alfamidi Super. Perkembangan ini dilakukan untuk menyesuaikan perubahan aktivitas masyarakat yang belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko terdekat.



Gambar 2.1 Logo Utama PT Midi Utama Indoensia Tbk

Berdasarkan module yang dikeluarkan oleh Alfamidi, Target Segmentasi pasar Alfamidi terfokus pada komplek perumahan, perkantoran, hingga fasilitas publik. Untuk konsumen ditargetkan mulai dari anak – anak, wanita muda (15-25 tahun), hingga ibu rumah tangga (25-40 tahun) pada tingkat masyarakat ekonomi menengah.

PT. Midi Utama Indonesia, Tbk., juga memiliki maskot bernama Albi sang lebah. Albi digambarkan sebagai karakter yang menyenangkan dan siap membantu siapa saja yang membutuhkan pertolongan. Albi juga menjadi sebuah representasi komitmen perseroan untuk mencapai tujuan kolektif yang memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia dengan produk berkualitas dan terjangkau. Albi dilambangkan sebagai karyawan yang siap membantu dan melayani pelanggan dengan ketulusan hati. Yang terakhir, Albi digambarkan sebagai sebuah motivasi mengedepankan kehidupan dan tujuan kolektif, tanpa akan perubahan kecil di sekitar, serta menghindari konflik.



Gambar 2.2 Logo Albi Si Lebah

2.2. Visi, Misi, Budaya Kerja, dan Tema Perusahaan

2.2.1. VISI

Menjadi jaringan retail yang menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, serta memberikan kualitas pelayanan yang baik

2.2.2. MISI

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas.
2. Menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi
3. Menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

2.2.3. BUDAYA KERJA (2I & 3K)

Integritas yang tinggi

Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik

Kualitas dan produktivitas yang tertinggi

Kerjasama tim

Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik

2.2.4. TEMA KERJA 2020

ALFAMIDI AKSELERASI

2.2.5. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN

Struktur organisasi dalam PT. Midi Utama Indonesia, Tbk, segala bidang dan divisi dibawah langsung oleh presiden direktor. Penulis melakukan kerja magang dalam divisi *Learning Design & Knowledge Management Specialist*. Divisi ini bernaung secara langsung dibawah departemen *Human Capital*.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Midi Utama Indonesia Tbk