



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. Identitas Perusahaan



Sumber: Data Perusahaan (2019)

Gambar 2.1 Logo PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia melalui logo yang digunakan pada setiap gerai Alfamart yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Melalui logo yang dimiliki ini, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk ingin menyampaikan kepada konsumennya bahwa Alfamart mampu menjadi yang terbaik di bidangnya. Semangat pada identitas logo yang digunakan terbukti mampu membuat Alfamart menjadi salah satu perusahaan yang besar dan terkenal di bidang retail. Berikut ini akan dijelaskan mengenai filosofi logo Alfamart yang telah menjadi identitas bagi Alfamart selama kurang lebih 20 tahun.

- **Arti Kata “Alfa” dengan Warna Biru**

Kata “Alfa” berasal dari bahasa Yunani kuno yang memiliki arti 1 (satu). Kata “Alfa” ini mencerminkan semangat dan juga harapan bagi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk untuk menjadi perusahaan besar dan terkenal dalam bidang yang digelutinya yaitu bidang

retail. Kata “*Alfa*” tersebut diberi warna biru yang mencerminkan adanya kesetiaan dan ketekunan. Melalui warna biru pada kata “*Alfa*” ini, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk ingin memperlihatkan bahwa Alfamart beserta seluruh karyawan yang ada di dalamnya akan senantiasa setia dalam memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh konsumennya. Selain setia, karyawan yang ada di Alfamart juga diharapkan memiliki ketekunan dalam menjalankan tugas sehari-hari untuk terus mendorong Alfamart menjadi perusahaan retail terbaik.

- **Arti Kata “Mart” dengan Warna Merah**

Kata “*Mart*” pada logo Alfamart menjelaskan bahwa bidang yang digeluti oleh Alfamart adalah minimarket yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari konsumen. Kata “*Mart*” diberi warna merah yang berarti berani dan memiliki keinginan kuat untuk menjadi yang terbaik dalam bidang yang digelutinya tersebut.

- **Arti Dua Buah Garis Berwarna Merah dan Kuning**

Dalam logo Alfamart terdapat dua garis bawah berwarna merah dan kuning. Kedua garis ini menjadi penegasan terhadap kedua kata yang membentuk “Alfamart” yaitu “*Alfa*” dan “*Mart*”. Garis pertama berwarna merah yang memiliki arti berani dan berkeinginan kuat serta garis kedua berwarna kuning yang memiliki arti kejayaan dan menjadi yang terbaik di bidangnya. Melalui dua garis ini, Alfamart ingin mempertegas bahwa perusahaan ini dapat selalu jaya dan menjadi besar di bidangnya saat ini.

- **Arti Kata “Belanja Puas Harga Pas”**

Slogan yang selalu digunakan dalam logo Alfamart adalah “*Belanja Puas Harga Pas*” adanya slogan ini menjadi jaminan

bagi konsumen untuk dapat berbelanja sepuas-puasnya di Alfamart dengan harga yang terjangkau.

Selain logo, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) juga memiliki maskot sebagai salah satu identitas perusahaan. Maskot tersebut dikenal dengan nama Albi. Albi digambarkan sebagai seekor lebah ramah yang menyenangkan dan siap sedia membantu siapapun yang membutuhkan pertolongan. Albi menggambarkan karyawan Alfamart yang bersedia membantu pelanggan dengan tulus hati untuk melayani. Albi mengutamakan kehidupan dan tujuan bersama, menghindari konflik, dan selalu tanggap akan perubahan di sekelilingnya. Melalui maskot Albi ini, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk ingin merepresentasikan komitmen Alfamart untuk memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia dengan produk-produk berkualitas dan harga yang terjangkau serta layanan yang bersahabat, dengan cara merangkul komunitas sekitar dan melakukan kompetisi yang sehat.



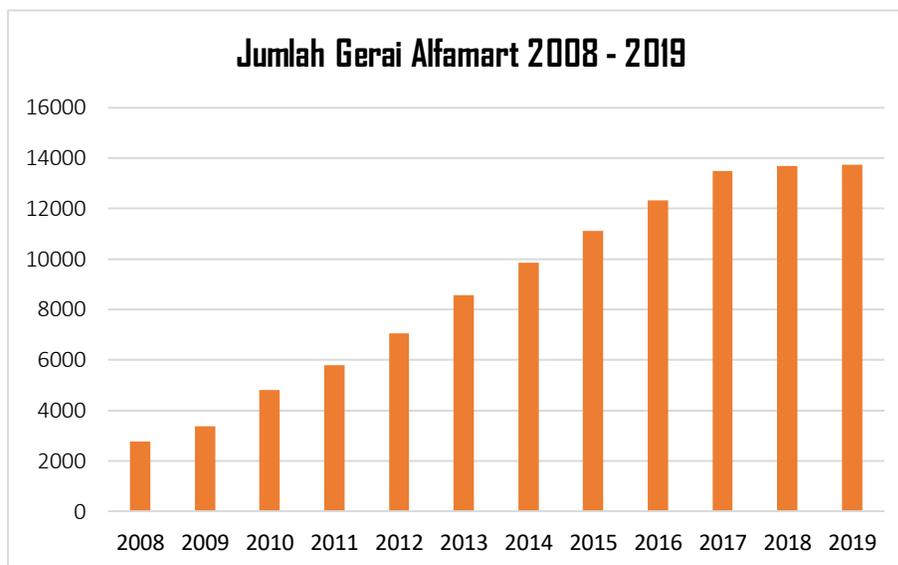
Sumber: Data Perusahaan (2019)

Gambar 2.2 Albi Maskot Alfamart

2.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk merupakan salah satu perusahaan di bidang retail yang cukup besar dan terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini mulai didirikan pada tahun 1989 oleh Djoko Susanto beserta keluarga dan kemudian mulai menjadi perusahaan terbuka pada tahun 2009 setelah melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia. Awalnya PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk tidak bergerak secara khusus di sektor retail melainkan bergerak di bidang perdagangan dan distribusi. Namun, pada tahun 1994 setelah adanya perubahan kepemilikan sehingga PT HM Sampoerna berhak atas 70% kepemilikan saham dan Djoko Susanto beserta keluarga hanya memiliki hak 30% kepemilikan saham, maka PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk mulai fokus untuk mengembangkan usahanya di bidang retail. Pada tahun 1999, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk mulai mengoperasikan gerai toko minimarket pertamanya di Jalan Beringin Raya Karawaci, Tangerang, Banten. Kemudian pada tahun 2002 perusahaan ini mulai mengakuisisi 141 gerai Alfa *Minimart* dan kemudian berganti nama menjadi “Alfamart”.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk terus mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya ekspansi pangsa pasar yang dilakukan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk ke berbagai kota di Indonesia seperti Lampung, Bali, Makassar, Palembang, Medan, Jambi, Pekanbaru, Banjarmasin, Pontianak, Manado, dan Batam. Tak hanya bermain di dalam negeri PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk juga mengembangkan bisnisnya hingga ke negara lain yaitu Filipina. Seiring dengan pasar yang semakin meluas, jumlah gerai toko Alfamart juga semakin meningkat pada setiap tahunnya. Peningkatan jumlah gerai toko Alfamart dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Sumber: Data Perusahaan (2019)

Gambar 2.3 Jumlah Toko Retail Alfamart

Berdasarkan grafik di atas ini, diketahui bahwa jumlah gerai Alfamart di Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Mulai dari tahun 2008 jumlah gerai alfamart hanya mencapai 2779 gerai toko, hingga kini tahun 2019 jumlah gerai Alfamart telah meningkat jumlahnya hingga mencapai 13.729.

Selain meningkatkan jumlah gerai toko retail yang dimiliki, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk juga memperluas bisnisnya dengan mendirikan berbagai jenis anak perusahaan serta mengakuisisi perusahaan lain. Pada tahun 2012 perusahaan ini mendirikan perusahaan baru yaitu PT Sumber Indah Lestari yang bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan. Kemudian pada tahun 2012 ini pula, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk mulai meluncurkan produk baru mereka yaitu “Alfaonline” untuk area Tangerang. Pada tahun 2013 PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk mulai akuisisi saham PT Midi Utama Indonesia dan mendirikan anak perusahaan Alfamart Retail Asia Pte. Ltd. Pada tahun 2016, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk juga meluncurkan produk terbarunya yaitu Alfamind yang merupakan *virtual store* pertama di Indonesia dengan teknologi *augmented technology*. Hingga tahun 2019 ini, PT Sumber Alfaria

Trijaya telah menjadi salah satu perusahaan besar dan terkemuka di Indonesia yang bergerak di industri retail. Perusahaan ini telah memiliki 122.179 orang karyawan serta telah melayani lebih dari 3 juta pelanggan setiap harinya.

2.1.3. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

VISI

“Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.”

MISI

- Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
- Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/ etika bisnis yang tinggi.
- Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan cara menumbuh-kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi para pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

NILAI – NILAI BUDAYA PERUSAHAAN

Dalam menjalankan usaha dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk memiliki beberapa poin nilai-nilai budaya perusahaan yang menjadi pilar dalam menjalankan kegiatan bisnis sehari-hari. Nilai-nilai budaya perusahaan yang dimiliki tersebut wajib diterapkan kepada seluruh karyawan PT Sumber Alfaria

Trijaya, Tbk yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, baik yang bekerja di area *Head Office*, *Warehouse*, maupun *Store*.

Nilai-nilai budaya perusahaan yang dimiliki oleh PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk terdiri dari 5 nilai budaya, yaitu Integritas, Inovasi, Kualitas dan Produktivitas, Kerjasama Tim, dan Kepuasan Pelanggan. Kelima nilai tersebut sering disingkat sebagai 2i3k. Berikut ini adalah pengertian dari masing-masing nilai budaya yang menjadi budaya organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

1. Integritas, yaitu jujur, disiplin dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan.
2. Inovasi, yaitu kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus.
3. Kualitas dan Produktivitas, yaitu mampu menjalankan tugas serta fokus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.
4. Kerjasama Tim, yaitu terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan dalam tim.
5. Kepuasan Pelanggan, yaitu berinisiatif tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

Sebagai usaha untuk mengamalkan nilai-nilai budaya tersebut, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk melakukan berbagai kegiatan agar nilai-nilai budaya dapat tertanam dalam setiap individu karyawan. Berikut ini adalah contoh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengamalkan nilai-nilai budaya perusahaan kepada seluruh karyawannya.

1. *Training* atau pelatihan karyawan. Kegiatan ini dilakukan kepada seluruh karyawan sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Melalui kegiatan *training*, nilai-nilai budaya dapat dikenal dan diterapkan oleh seluruh karyawan dalam menjalankan kegiatan sehari-hari.

2. Kegiatan “*I Love Monday*”. Kegiatan ini dilakukan setiap hari senin pagi sebelum melakukan pekerjaan. Dalam kegiatan ini, dilakukan berbagai hal-hal positif dalam menanamkan budaya organisasi, mulai dari *sharing* pengalaman oleh karyawan untuk karyawan lain hingga memberikan motivasi.
3. Membuat dan memberikan buku pegangan (*handout*) kepada seluruh karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Dalam buku *handout* tersebut berisikan nilai-nilai budaya beserta pengertian dan cara implementasinya dalam menjalankan pekerjaan sehari-hari.
4. Membuat akun media sosial Instagram yang diberi nama “Alfamart Gema Budaya”. Akun Instagram ini dimiliki dan dikelola oleh seluruh cabang Alfamart di berbagai kota di Indonesia. Instagram yang dimiliki oleh setiap cabang akan menjadi sarana komunikasi internal untuk menyampaikan nilai-nilai budaya perusahaan kepada seluruh karyawan perusahaan melalui konten-konten berupa foto maupun *caption* yang diberikan setiap harinya. Hingga kini telah terdapat 32 akun cabang dan 1 akun *head office* yang aktif dalam mengamalkan nilai-nilai budaya organisasi perusahaan.

2.1.4. Produk dan Layanan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk

Sebagai sebuah perusahaan yang bergelut di bidang retail, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk tak hanya memiliki satu lini produk saja. Setelah berhasil dengan Alfamart yang menyediakan berbagai kebutuhan pelanggan dengan konsep minimarket, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk mulai mengembangkan lini bisnis ke beberapa jenis produk. Produk-produk tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

1. Alfamind

Alfamind merupakan salah satu produk dari Alfamart. Melalui produk ini pelanggan dapat membuka toko virtualnya sendiri dengan teknologi 3D *Augmented Reality-Virtual Reality* yang berbasis pada *smartphone*. Dengan adanya Alfamind ini, diharapkan para pemilik toko atau bisnis dapat lebih mudah dalam menawarkan produk-produk pada konsumennya karena memberikan sensasi seperti berbelanja di toko fisik pada umumnya.

2. Alfagift

Alfagift merupakan aplikasi yang memberi konsumen informasi seputar promo produk, undian, A-Kupon gratis, lokasi toko Alfamart terdekat dan juga *social media* yang dimiliki oleh Alfamart. Dengan adanya Alfagift ini diharapkan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk bisa lebih dekat dengan konsumennya.

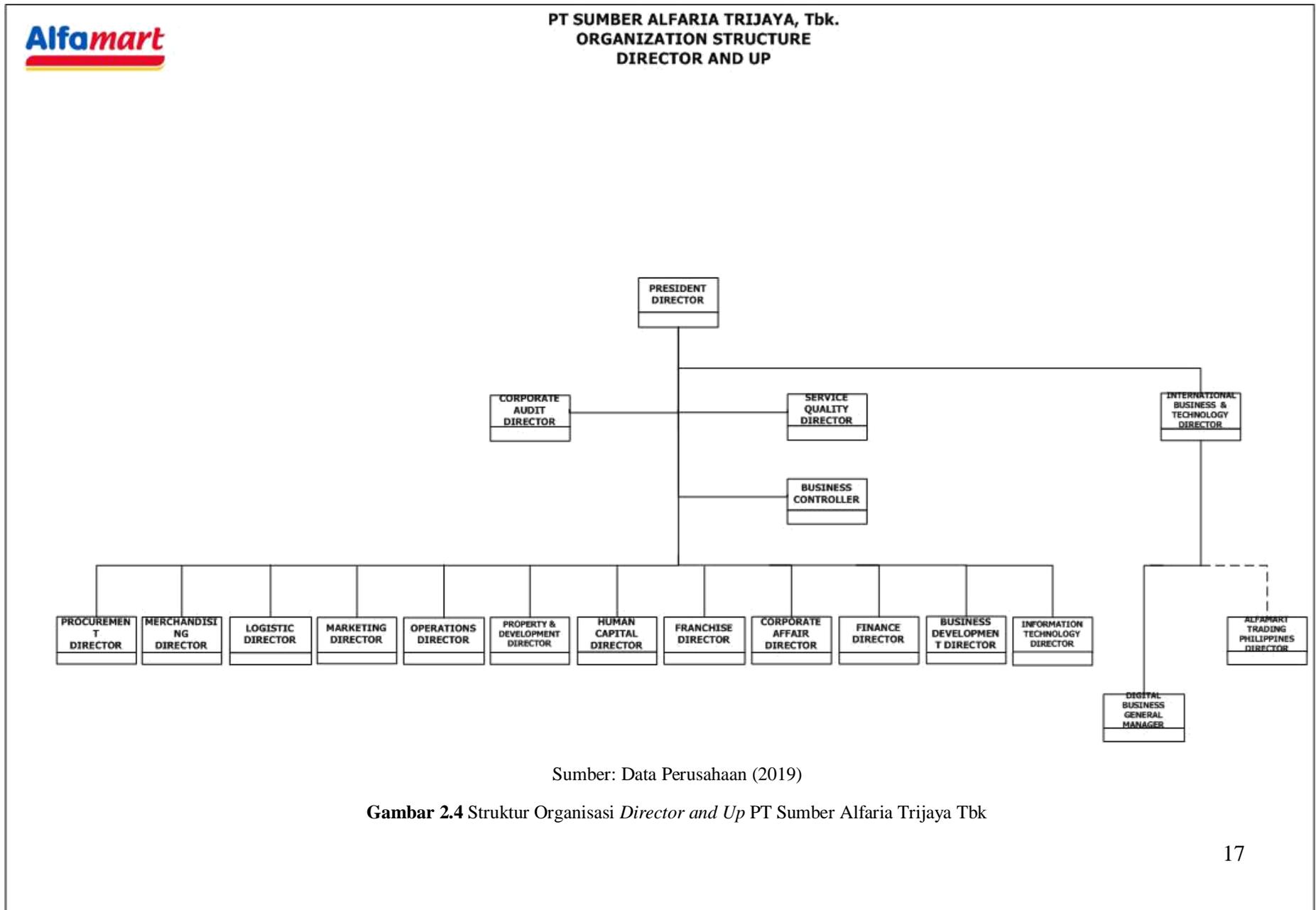
3. Alfacart

Alfacart merupakan salah satu jawaban dari Alfamart dalam menanggapi maraknya *e-commerce* yang semakin banyak bermunculan belakangan ini. Dengan adanya Alfacart yang merupakan *e-commerce* dari Alfamart, Alfamart berharap tetap mampu menjaga eksistensinya sebagai perusahaan retail yang besar.

4. Alfatrex

Alfatrex merupakan pengembangan bisnis yang dilakukan Alfamart di bidang jasa pengiriman barang. Alfamart melihat semakin meningkatnya permintaan akan jasa pengiriman barang semakin banyak di Indonesia. Itulah yang membuat Alfamart melebarkan lini bisnisnya di bidang jasa pengiriman barang dengan Alfatrex ini.

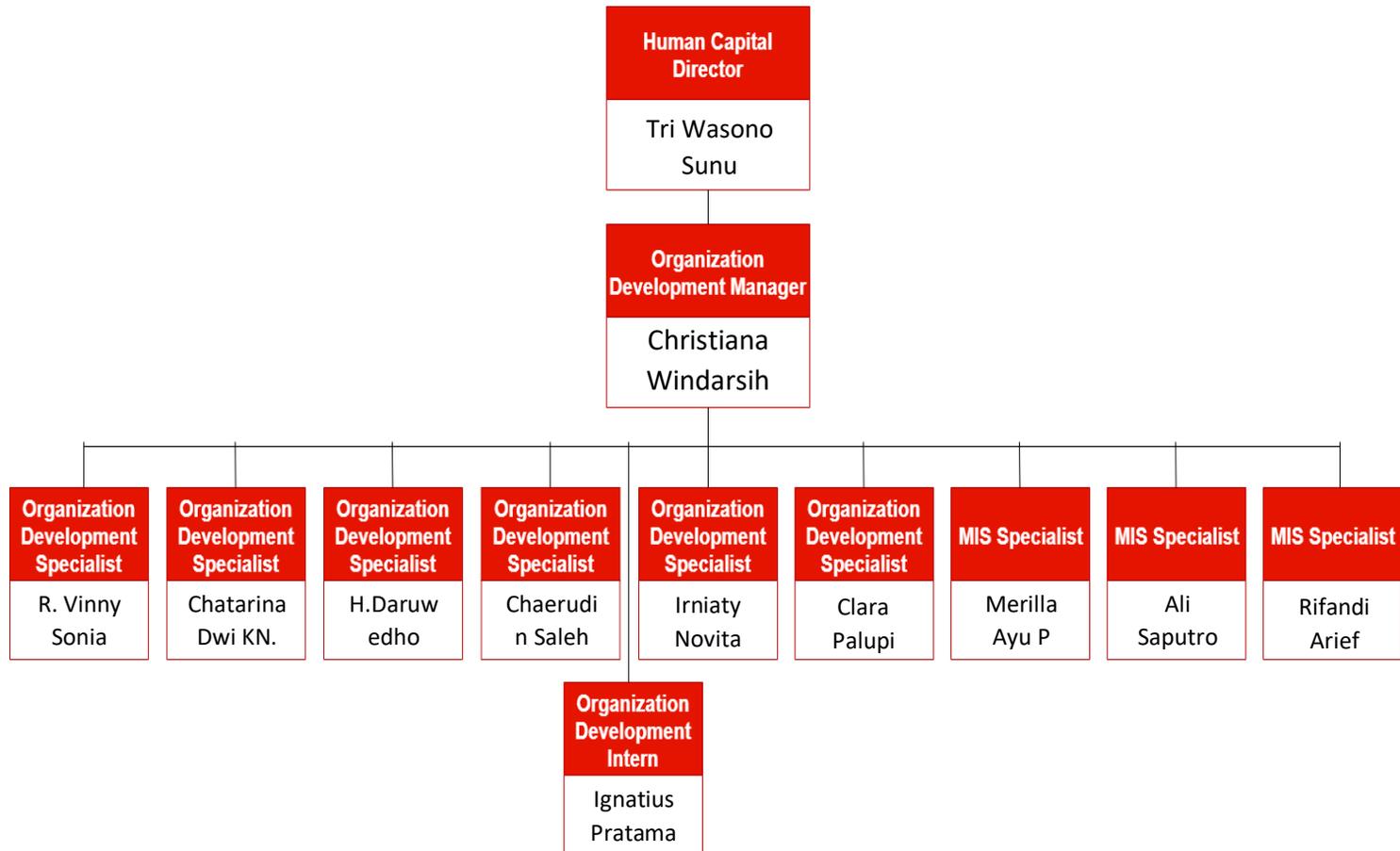
2.2. Struktur Organisasi Besar PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk



Sumber: Data Perusahaan (2019)

Gambar 2.4 Struktur Organisasi *Director and Up* PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

2.3. Struktur Organisasi Divisi Terkait



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Divisi Organization Development

2.4. Tugas dan Tanggung Jawab Divisi Terkait

Proses kegiatan kerja magang dilaksanakan di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yaitu pada Divisi *Organization Development* secara khusus pada bagian pengelolaan media sosial internal perusahaan. Dalam Divisi ini, terdiri dari beberapa orang yang berperan sebagai *Organization Development Specialist*. Secara keseluruhan, Divisi *Organization Development* ini memiliki tugas untuk memastikan bahwa budaya organisasi di perusahaan dapat ditanamkan kepada seluruh karyawan perusahaan secara baik dan menyeluruh. Namun, lebih dari itu, berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab yang dijalankan oleh Divisi *Organization Development*.

- Mengembangkan *action research* di lingkungan internal organisasi perusahaan. Tujuan akhir dari tugas ini adalah memberikan laporan survei secara periodik disertai dengan saran perbaikan yang memungkinkan.
- Melakukan analisa jabatan (*Job Analysis*), mengevaluasi pekerjaan (*Job Evaluation*) dengan menggunakan *tools* yang telah ditetapkan, serta memberikan rekomendasi *grading* untuk posisi jabatan yang baru.
- Mengawasi *update* struktur organisasi, *job description*, kode jabatan untuk seluruh departemen yang ada.
- Merancang dan mendampingi *user* dalam proses identifikasi kompetensi soft dan kompetensi teknikal setiap jabatan untuk semua departemen serta melakukan validasi ke *user*.
- Mendampingi *user* dalam merumuskan sasaran kerja yang selaras dengan sasaran kerja unit bisnis.
- Memberikan saran dan mendampingi manajer departemen tentang perubahan struktur organisasi berdasarkan efektivitas dan efisiensi organisasi.
- Mensosialisasikan program-program baru di *Organization Development* dan mengawasi implementasinya.

- Merancang konsep dan memastikan sistem manajemen kinerja perusahaan dapat berjalan dengan lancar.
- Menganalisis dan mengevaluasi efektivitas jumlah karyawan di setiap departemen.
- Melakukan internalisasi nilai budaya perusahaan dan *innovation award* kepada semua departemen sampai dengan implementasinya.