

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Di era digital saat ini, teknologi berkembang begitu pesat, PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) yang merupakan salah satu perusahaan ritel besar di Indonesia melihat adanya peluang bagi para usaha mikro terutama warung kelontong. Sebelum adanya Aksesmu, Alfamart memiliki program pengembangan usaha mikro terutama yang berada di sekitar Alfamart. Program tersebut merupakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Alfamart yang bernama *Store Sale Point* (SPP) di tahun 2008. Program CSR yang dilakukan Alfamart ini memberikan pendampingan usaha berupa pelatihan manajemen retail rutin dan kunjungan ke warung secara berkala (*Company Profile* Aksesmu, 2023).

Dengan berjalannya program SPP ini, Alfamart mendapatkan masukan dari para pemilik warung atau toko kelontong agar program ini juga bisa membantu mereka dalam menyuplai barang dagang untuk kebutuhan warung mereka. Program SPP terus berkembang dengan semakin banyaknya warung atau toko kelontong dan usaha mikro sejenis yang bergabung menjadi member yang disebut dengan Outlet Binaan Alfamart (OBA) untuk bisa mendapatkan bantuan akses barang dagang mereka dan pendampingan usaha.

Setelah program ini berjalan kurang lebih selama 9 tahun, Alfamart melakukan pengembangan di sisi teknologi digital dengan menghadirkan aplikasi Alfamikro untuk memudahkan para OBA untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik. Dengan menghadirkan aplikasi Alfamikro, SPP berkembang semakin pesat dilihat dari sisi jumlah member atau disebut OBA, maupun dalam jumlah transaksi atau pesanan yang dilakukan oleh para OBA. Setelah berjalan lebih 1 dekade program SPP ini terjalankan, dapat dilihat bahwa para pedagang warung membutuhkan mitra terpercaya yang bisa memberikan mereka percepatan pengembangan agar usaha semakin sukses. Melihat dari kebutuhan para OBA tersebut, SPP yang berawal sebuah program CSR Alfamart dengan aplikasi

Alfamikro, kini SPP menjadi sebuah PT yang bernama PT Sumber Trijaya Lestari.

PT Sumber Trijaya Lestari adalah anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya yang lebih sering disebut dengan Aksesmu yang memiliki kepanjangan Akselerasi Sukses Mitra Usaha. Nama Aksesmu merupakan cerminan dari peran perusahaan dalam membuka akses bagi pengusaha mikro untuk mempercepat pengembangan usahanya, melalui perkembangan dan kemudahan teknologi yang telah perusahaan hadirkan. Aplikasi Aksesmu muncul pada 22 Februari 2022 sebagai pengganti dari Alfamikro. PT Sumber Trijaya Lestari (Aksesmu) adalah *platform digital Business to Business (B2B)* untuk membantu dan mendukung usaha kecil dan mikro dalam mendapatkan suplai barang kebutuhan usaha. Aksesmu memberikan fasilitas berupa layanan gratis antar di hari yang sama. Adanya fitur edukasi bisnis ritel, pencatatan keuangan bisnis, dan pendampingan bisnis di aplikasi Aksesmu untuk para OBA di seluruh Indonesia (*Company Profile Aksesmu, 2023*). Aksesmu ingin terus meningkatkan jumlah OBA di Indonesia. Hampir berjalan 2 tahun, saat ini Aksesmu sudah memiliki lebih dari 200.000 OBA yang tersebar di 28 provinsi 136 kota di Indonesia. Aksesmu memiliki 4 *distribution center* dan 359 *stock point*.

2.1.1 Logo



Gambar 2.1 Logo Aksesmu

Sumber: *Company Profile* Aksesmu (2023)

Pada logo Aksesmu yang berbentuk kunci memiliki arti peranan penting Aksesmu dalam mengembangkan wirausaha dan menjadi akses kemudahan bagi para pedagang warung/ toko kelontong dan usaha mikro

kecil untuk menumbuhkan usahanya. Warna hijau pada logo Aksesmu memiliki arti optimis, kesuburan (tumbuh), awal mulai, menenangkan (bersahabat), dan memotivasi.

2.1.2 Visi Misi

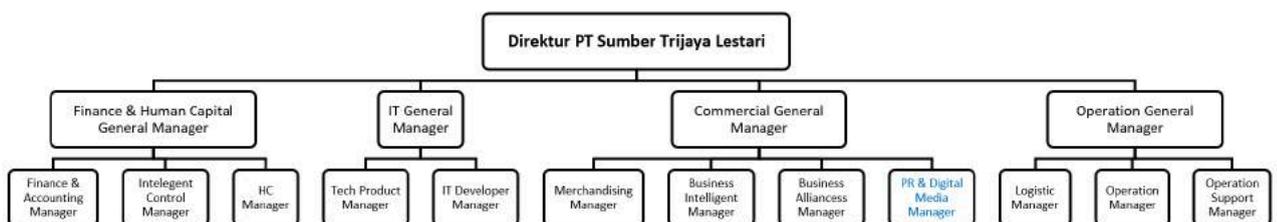
1) PT Sumber Trijaya Lestari memiliki visi sebagai berikut:

Menjadi mitra terpercaya dalam distribusi produk kebutuhan usaha mikro dan kecil.

2) PT Sumber Trijaya Lestari memiliki visi sebagai berikut:

- a. Menjalinkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan, efisien dan efektif dalam ekosistem distribusi produk kebutuhan usaha mikro dan makro.
- b. Memberikan solusi praktis dalam pemenuhan produk kepada para pelanggan.
- c. Mengembangkan jiwa kewirausahaan dalam pemberdayaan usaha mikro dan kecil.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Aksesmu
Sumber: *Company Profile* Aksesmu

PT Sumber Trijaya Lestari memiliki struktur organisasi untuk melakukan pembagian wewenang dan pengordinasian tugas secara efektif untuk mencapai tujuan dengan baik. Terdapat seorang direktur utama dan

empat orang *general manager* dari empat departemen yang berbeda. Empat departemen tersebut yaitu *Finance & Human Capital*, *Information Technology*, *Commercial*, dan *Operation* yang memiliki tugas berbeda-beda.

2.2.1 *Finance & Human Capital*

Finance bertugas mengelola dan memantau operasi keuangan, memastikan terpenuhinya persyaratan keuangan dan kebutuhan setiap *departemen*, melakukan akuntansi, dan menghitung pajak perusahaan. *Human Capital* bertanggung jawab untuk mengamankan sumber daya manusia perusahaan, termasuk lowongan untuk karyawan tetap dan pekerja magang. .

2.2.2 *Department IT*

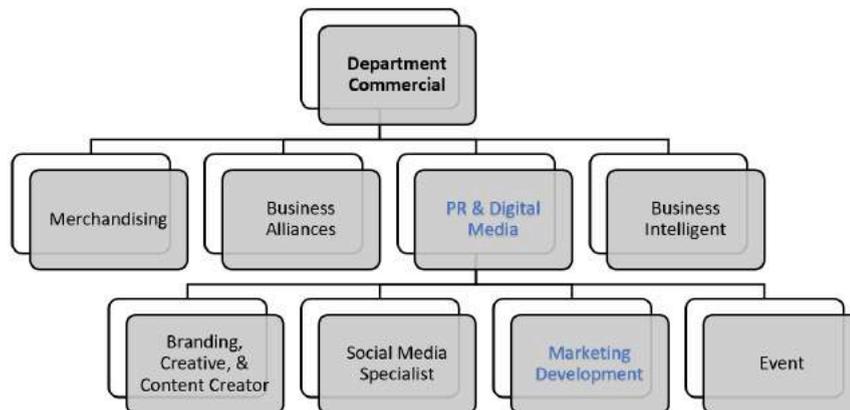
Department IT terbagi menjadi 2 divisi yaitu *IT Developer Manager* dan *Tech Product Manager*. IT developer bertugas untuk membuat aplikasi front office dan back office berbasis web serta android. Selain itu, divisi ini juga mengelola *database* dan server yang terdapat pada perusahaan.. *Tech Product Manager* bertugas dalam pembuatan *design* dan analisa *product* yang akan dibuat dan melakukan *Quality Assurance Product* berdasarkan sistem *design* yang dibuat.

2.2.3 *Department Operation*

Department Operation memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memonitoring operasional terhadap *warehouse*, depo, dan *stock point* Aksesmu. Selain itu *department operation* juga mengatur logistik stok perusahaan, menjadi *support* untuk *operation* perusahaan.

2.2.4 *Department Commercial*

Department Commercial terbagi menjadi 4 divisi yaitu *Business Alliances*, *Business Intelligent*, *PR & Digital Media*, dan *Merchandising*.



Gambar 2.3 Struktur *Department Commercial*
Sumber: *Company Profile Aksesmu*

- a) *Merchandising* bertugas untuk melakukan pengadaan barang yang akan dijual oleh perusahaan dan bekerjasama dengan perusahaan produksi seperti unilever dan indofood.
- b) *Business Alliances*, melakukan pengembangan Bisnis melalui kerjasama Strategis - B2B sourcing Model, B2B Sistem Integrasi & Institutional Partnership. Mencari Strategic Partner baru & Melakukan negosiasi dengan Partner existing dalam pengembangan bisnis yang sesuai dengan target & strategi perusahaan. Menjaga & menjalin hubungan baik dengan existing partner. Memastikan & menjalankan proses legalitas untuk setiap kerjasama strategis dengan Partner. Mengkoordinasi dan berkomunikasi internal dengan divisi/department terkait kerjasama bisnis.
- c) *Business Intelligent*, bertanggung jawab dalam membantu mengidentifikasi kesenjangan dan peluang untuk mencapai tujuan perusahaan agar lebih efektif dan efisien, serta melakukan monitoring yang berbentuk report. Untuk memenuhi cakupan data-data Perusahaan dibantu oleh beberapa penggunaan tools seperti Dbeaver (digunakan untuk

mengelola *system database*), Tableau (juga digunakan untuk menyimpan dan mengelola database), Microsoft Excel (digunakan untuk mengolah data dari database).

- d) *PR & Digital Media* mengelola strategi publikasi dan pemasaran Aksesmu. *Manager* dari *divisi PR & Digital Media* akan mendelegasikan tugas kepada anggota divisi untuk pembuatan materi publikasi & pemasaran. Selanjutnya *Manager* akan mendiskusikan dengan *Commercial General Manager* untuk mendapatkan masukan atau persetujuan terkait hasil dari materi pendukung yang telah diproduksi oleh tim *divisi PR & Digital Media*. *PR & Digital Media Manager* Aksesmu bertanggung jawab dalam membangun *corporate image*, menjalin *media relation & public relation*, membuat *company profile*, *copywriting media sosial*, dan *speech management*.

Dalam divisi *PR & Digital Media* terdapat beberapa *sub-divisi*. Berikut merupakan deskripsi pekerjaan pada posisi divisi *PR & Digital Media* yang memiliki keterkaitan pada praktik kerja magang.

I. *Branding, Creative, & Content Creator*

Pada divisi ini terdapat beberapa orang yang bertugas sebagai *illustrator*, *video & fotographer*, *content creator*, dan *graphic desain*. *Illustrator* bertanggung jawab dalam membuat kebutuhan aset grafis untuk materi komunikasi perusahaan. *Illustration designer* juga membuat ilustrasi karakter sesuai identitas perusahaan. Selain itu, *Video & photographer* bertanggung jawab mengumpulkan dokumentasi baik foto maupun video sebagai aset digital perusahaan. Aset digital tersebut digunakan untuk mengunggah video dan foto berkaitan dengan perusahaan mulai dari proses produksi foto dan video hingga selesai diedit. *Graphic designer* bertanggung jawab dalam membuat konten grafis dan video untuk media sosial Aksesmu (Instagram, Facebook, YouTube, Tiktok, & LinkedIn), *Graphic designer* juga berkolaborasi dengan *desainer* dan tim internal lainnya membuat *template* presentasi standar perusahaan, konten

untuk departemen *Human Capital*, dan mengembangkan desain Aksesmu sesuai dengan identitas perusahaan.

II. *Social Media Specialist*

Social media specialist berperan dalam membuat dan menyusun rencana bulanan konten media sosial Aksesmu, menjalankan Instagram dan YouTube Live, mengelola rencana *media social campaign*, dan menjalin kerja sama dengan KOL (*Key Opinion Leader*) untuk program *dress up* warung. *Social media specialist* juga mengelola seluruh media sosial Aksesmu (Instagram, Facebook, Tiktok, dan YouTube).

III. *Marketing Development*

Marketing Development berperan dalam mencari *channel marketing* dan mekanisme yang tepat untuk menjalankan *customer relationship management* CRM sesuai target pasar Aksesmu, membuat *tools marketing* yang efisien, menerjemahkan informasi atau pesan agar mudah dipahami oleh para pemilik warung atau toko kelontong. Melaksanakan program CRM seperti Aksesmu *Star*, program *Win back* dan undian. Posisi ini juga bertanggung jawab memberikan informasi promo, fitur terbaru aplikasi Aksesmu, program terbaru Aksesmu kepada OBA melalui grup WhatsApp OBA Aksesmu setiap area dan menanggapi pesan masuk dari OBA melalui Whatsapp tersebut dan saling berkoordinasi dengan admin dan *customer service*. Selain itu, menganalisa grup WhatsApp terkait komentar yang masuk untuk bisa mengetahui kebutuhan para OBA.

IV. *Event*

Event berperan dalam membantu pelaksanaan event sesuai dengan target dari perusahaan mulai dari *pre-event* hingga *post-event* seperti pembuatan proposal, pengajuan PAR/PUM kepada bagian *finance*, membuat *rundown*, kebutuhan lainnya dan juga membantu saat pelaksanaan acara berlangsung.