

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan.

Dilansir dari website [www.Alfamidiku.com](http://www.Alfamidiku.com) PT Midi Utama Indonesia, Tbk yang didirikan pada bulan Juni 2007 sebagai anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) yang membuka gerai pertamanya di jalan Garuda, Jakarta serta memiliki *Head Office* di Gedung Alfa Tower, Lantai 12, Kav. 7 – 9, Jl. Jalur Sutera Barat, Alam Sutera, Tangerang, Banten 15143. Alfamidi bergerak dibidang bisnis perdagangan umum termasuk perdagangan toserba/swalayan dan minimarket. *Unique selling point* dari Alfamidi dibandingkan dengan minimarket lain adalah mereka menjual produk *fresh food*, daging olahan dan makanan beku sehingga masyarakat diajak untuk berbelanja dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko terdekat. Pada tahun 2009 Alfamidi mengembangkan Alfa express yang menjual makanan dan minuman siap saji, lalu di tahun 2011, Alfamidi menjalin kerjasama dengan Lawson Inc, untuk membuka Lawson di Indonesia selama 25 tahun. Lalu pada tahun 2015, gerai Alfa express ditutup agar tidak tumpang tindih dengan format gerai lainnya dari Alfamidi, dan di tahun 2015 juga Alfamidi mendirikan Alfa supermarket untuk memperluas segmentasi pasar dengan gerai yang lebih luas dan lebih banyak produk yang dijual. Pada tahun 2016, Alfamidi melakukan *rebranding* Alfasupermarket menjadi Alfamidi super untuk memperkuat *brand image* dan *brand awareness* Alfamidi.

Visi dari PT. Midi Utama Indonesia: 1. Mereka ingin menjadi jaringan retail yang ramah dengan masyarakat, mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Dari visi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Alfamidi berupaya memenuhi kebutuhan dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan, menyediakan

barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau.

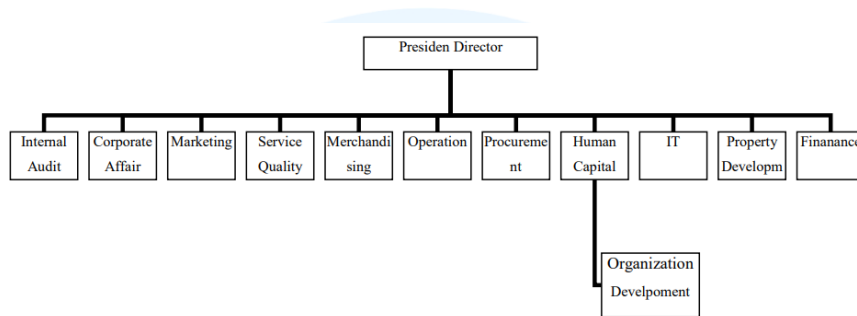


Gambar 2. 1 Logo Alfamidi  
Sumber: Erlangga/Dokumentasi Perusahaan

Alfamidi mempunyai total 4 misi, yaitu 1) memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, 2) menegakkan etika berbisnis yang tinggi, 3) menumbuhkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha, 4) membangun organisasi global yang terpercaya, sehat dan bermanfaat bagi Masyarakat. Berdasarkan misi di atas dapat disimpulkan bahwa Alfamidi berfokus kepada pelanggan dan ingin menjadi perusahaan retail terbaik untuk pelanggan maupun karyawan dan berkompetisi secara jujur. Nilai dari PT Midi Utama Indonesia, Tbk: 1. Integritas yang tinggi 2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik 3. Kualitas dan produktivitas yang tinggi 4. Kerjasama tim 5. Kepuasan pelanggan melalui *standard* pelayanan yang terbaik Berdasarkan nilai di atas, Alfamidi ingin karyawan Alfamidi menjadi yang terbaik, dan terus berkembang seiring waktu dengan berkompetisi secara jujur dan mengutamakan pelanggan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan gambaran struktur organisasi (*Head Office*) Alfamidi secara umum:



Gambar 2. 2 Stuktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Erlangga/Dokumentasi Perusahaan

### A. President Director

Bertugas untuk memberikan kebijakan dan mengambil keputusan untuk Perusahaan, bertanggung jawab dalam memberikan arahan untuk perkembangan jangka Panjang maupun pendek untuk Perusahaan.

### B. Internal Audit

Melakukan evaluasi terhadap internal perusahaan, menguji sistem manajemen sesuai dengan kebijakan perusahaan.

### C. Marketing

Melakukan kegiatan promosi untuk menaikkan *awareness* Masyarakat terhadap brand Alfamidi, merancang strategi untuk menarik perhatian konsumen.

### D. Service Quality

Membuat pedoman dan mengontrol kualitas pelayanan di tiap *area*/toko Alfamidi.

### E. Merchandising

Mengatur barang-barang yang akan dijual di tiap *area*, mengatur *price list*.

### F. Operation

Bertugas dalam pekerjaan oprasional, seperti toko, cabang dan sebagainya

### G. Procurement

Bertanggung jawab dalam perekrutan karyawan PT Midi Utama Indonesia, baik untuk wilayah *Head Office*, maupun tingkat cabang.

#### **H. *Human Capital***

*Human Capital* merupakan sebuah divisi yang mengatur sumber daya manusia di PT. Midi Utama, meliputi HO, *Warehouse*, cabang, maupun toko, terdapat beberapa sub-divisi didalam *Human Capital*, salah satunya adalah *Organization Development*.

##### **1) *Organization Development***

Merupakan sebuah divisi yang berfokus pada menjaga SDM Alfa grup, divisi ini memberikan penjelasan mengenai kebudayaan/kebiasaan yang harus diterapkan kepada seluruh SDM Alfa grup, selain itu, divisi ini juga mengatur kegiatan yang melibatkan seluruh pekerja untuk saling mengenal satu sama lain. Salah satu proyek dalam divisi ini adalah Gemabudaya, yang mana bertujuan untuk mengajak para karyawan Alfamidi untuk berbudaya sesuai dengan kebijakan perusahaan, selain itu Gemabudaya juga bertanggung jawab atas konten sosial media di Instagram, mulai dari penjadwalan, *drafting* konten, produksi hingga *post* produksi.

### 2.3 Portofolio Perusahaan

Berikut merupakan beberapa portofolio dari Akun Instagram Gemabudaya Alfamidi x Alfamart:



Gambar 2. 3 konten Ramadan

Sumber: Erlangga/Unggahan akun Gemabudaya Alfamidi

Konten “Marbat” adalah konten yang diposting dalam akun Gemabudaya baik Alfamidi maupun Alfamart setiap bulan Ramadan, konten ini menekankan tentang prinsip kerja TARIF namun dikemas dengan tema buku “Siksa Kubur” ataupun sinetron “AZAB”



Gambar 2. 4 Konten Hari Besar

Salah satu konten rutin dari Gemabudaya adalah postingan mengenai hari-hari besar, seperti natal, imlek, idul fitri dan sebagainya.



Gambar 2. 5 Konten Pemilu

Pada masa pemilu, terdapat beberapa aturan yang perlu dipatuhi oleh para karyawan Alfamart dan Alfamidi, seperti larangan berpose tertentu atau hal-hal mengenai pemilu lainnya, peraturan tersebut dikemas menjadi konten yang akan di upload oleh Gemabudaya.



Gambar 2. 6 Konten TARIF

Konten bulanan yang dibuat oleh Gemabudaya adalah “Jalan-jalan bersama TARIF”, konten ini berisi tentang pengetahuan para karyawan toko Alfamidi dan Alfamart tentang prinsip TARIF



Gambar 2. 7 Konten *Awereness* Karyawan  
Sumber: Erlangga/Unggahan Akun Instagram Gemabudaya

Terdapat beberapa konten yang berisi ajakan/himbauan kepada pada karyawan seperti resiko pinjol, larangan judi *online* dan lainnya.



Gambar 2. 8 Konten MVP  
Sumber: Erlangga/Dokumentasi Perusahaan

Ditiap bulannya, terdapat beberapa *event* yang akan diselenggarakan oleh Alfamart dan Alfamidi, Gemabudaya bertanggung jawab untuk membangun *awerness event* terkait dengan membuat *posting feed/reels*.