

BAB II

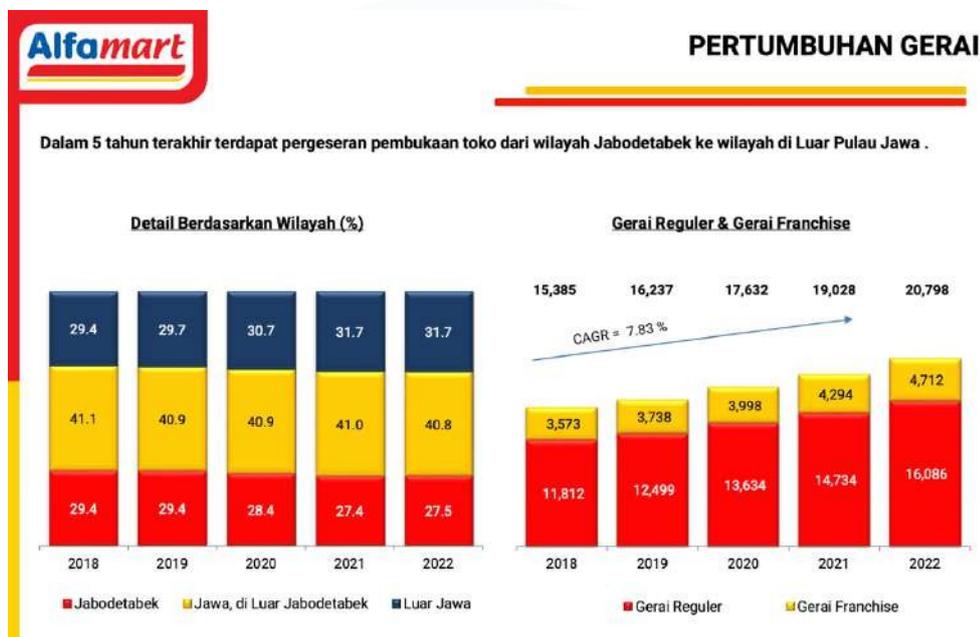
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk merupakan salah satu perusahaan retail terkemuka di Indonesia, tergabung dalam Alfa Group yang terdiri dari Alfamart, Alfamidi, Lawson, DAN+DAN, dan Aksesmu. PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk memiliki kantor pusat (Alfa Tower) yang berlokasi di Jalan Jalur Sutera Barata Kav. 9, Alam Sutera, Kota Tangerang, Banten, 15143. Website resmi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yaitu alfamart.co.id, dilengkapi dengan akun Instagram resmi @alfamart, akun Facebook @alfamart, akun TikTok @alfamartku, dan akun Twitter (X) @alfamart.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk pertama kali didirikan oleh Djoko Susanto dan keluarga pada tahun 1989, dengan gerai pertama di Jalan Beringin Raya Karawaci, Tangerang, Banten. Lalu, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk menjual 70% saham nya kepada PT HM Sampoerna, Tbk pada bulan Desember 1989. Kemudian pada tahun 2002, mengakuisisi 141 gerai Alfa minimart dan berganti nama menjadi “Alfamart”.

Pada tahun 2009, Alfamart mulai memasuki pasar Bali dan memiliki 3.300 lebih gerai yang beroperasi. Pada tahun 2012, PT Sumber Indah Lestari atau yang biasa disebut DAN + DAN mulai didirikan dan memasuki pasar Medan. Bahkan pada tahun tersebut, PT Sumber Indah Lestari telah berhasil memiliki 7.000 lebih gerai beroperasi. Dilanjut dengan anak perusahaan lainnya yaitu PT Midi Utama Indonesia, Tbk yang diakuisisi pada tahun 2013. Alfamart berhasil memasuki pasar Asia, dimana Alfamart telah memiliki cabang di negara luar yaitu Filipina. Hal ini dimulai pada tahun 2014, ketika Alfamart membuat usaha patungan melalui anak perusahaan Alfamart Retail Asia Pte. Ltd. Kemudian pada tahun 2015, Alfa Group mulai mendirikan PT Sumber Trijaya Lestari, Tbk. Perusahaan ini (Aksesmu) bergerak pada bidang usaha perdagangan besar untuk produk konsumen.



Gambar 2. 1 Pertumbuhan Gerai Alfamart
 Sumber: (PT Sumber Alfaria Trijaya, 2023a)

Hingga pada tahun 2022, Alfamart telah berhasil memperluas pasar dengan memasuki daerah Aceh dan Bintan untuk wilayah Indonesia Barat, daerah Raja Ampat dan Timor Tengah Selatan dan beberapa wilayah lainnya untuk wilayah Indonesia Timur. Bahkan kini pada tahun 2024, Alfamart berhasil memiliki 34 cabang, dengan 19.100 gerai beroperasi dan 160.013 orang karyawan. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar grafik 2.1 yang menunjukkan pesatnya pertumbuhan gerai Alfamart.

2.1.1 Visi Misi

Visi

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

Misi

- a. Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul
- b. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi
- c. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.

2.1.2 Logo Alfamart



Gambar 2. 2 Logo Alfamart

Sumber: (PT Sumber Alfaria Trijaya, 2021)

PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk biasa dikenal dengan Alfamart melalui logo di setiap gerainya yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Melalui logo ini, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk ingin menyampaikan kepada seluruh pelanggan bahwa Alfamart siap menjadi perusahaan retail, dengan prinsip melayani sepenuh hati.

2.1.3 Maskot Alfamart



Gambar 2. 3 Maskot Alfamart

Sumber: (PT Sumber Alfaria Trijaya, 2021)

Selain logo, Alfamart juga memiliki maskot yang bernama Albi. Albi digambarkan sebagai karakter lebah yang ramah, menyenangkan, dan siap untuk membantu siapapun yang membutuhkan. Albi mengedepankan kehidupan dan tujuan kolektif, menghindari konflik, dan selalu tanggap terhadap perubahan di sekelilingnya. Karakter Albi ini menggambarkan dan melambangkan karyawan Alfamart yang siap membantu dan melayani pelanggan dengan setulus hati.

2.1.4 Nilai-Nilai Perusahaan

a. Integritas yang Tinggi

Pada nilai ini, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berharap agar seluruh karyawannya memiliki sikap jujur, disiplin, konsisten, dan bertanggung jawab dalam bekerja.

b. Inovasi untuk Kemajuan yang Lebih Baik

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berharap agar setiap karyawannya dapat kreatif dalam bekerja dan berkomitmen untuk melakukan perbaikan dalam cara kerja secara berkelanjutan.

c. Kualitas dan Produktivitas yang Tertinggi

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berharap agar seluruh karyawannya mampu menjalankan tugas secara fokus dan mencapai hasil kerja dengan lebih baik.

d. Kerja Sama Tim

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berharap agar seluruh karyawannya dapat terlibat secara aktif dalam mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.

e. Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Terbaik

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berharap agar seluruh karyawannya dapat berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

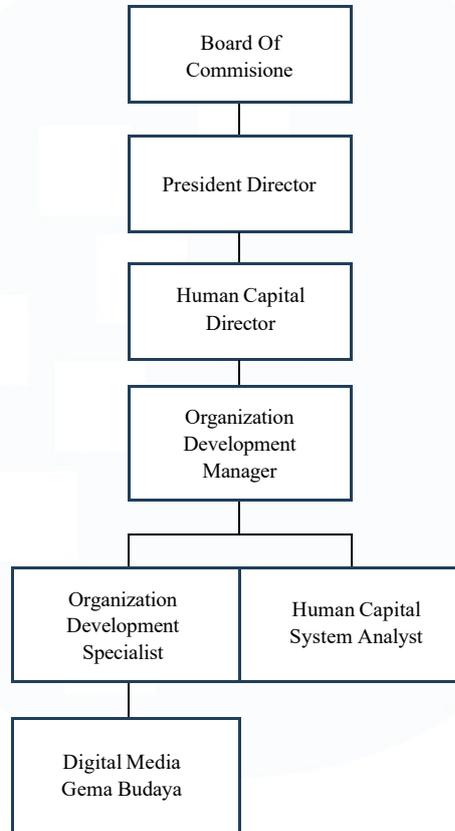


Gambar 2. 4 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk

Sumber: (PT Sumber Alfaria Trijaya, 2023b)

Gambar 2.4 menunjukkan struktur organisasi atau struktur dari perusahaan Alfamart. Sesuai dengan gambar di atas, Alfamart memiliki 12 divisi dengan masing-masing pemimpin (seorang direktur). Divisi-divisi tersebut terdiri dari Merchandising, Frenchise & Investor Relation, Corporate Affair, Finance & Corporate Secretary, INTL. Business & Technology, Operation, Property & SMB Development, Logistic, Procurement, Marketing, Information Technology, dan Human Capital.

Information Technology, dan Human Capital. Dibawah Divisi Human Capital terdapat Departement Organization Development Specialist.



Gambar 2. 5 Struktur Divisi Human Capital

Sumber: (Dokumen Internal Perusahaan, 2023)

Departement Organization Development Specialist memiliki fokus pada kinerja perusahaan (Alfamart dan Alfamidi) secara keseluruhan. Divisi ini, terutama posisi Digital Media Gema Budaya, mengelola Instagram @alfamartgemabudaya dan @alfamidigemabudaya. Tujuannya adalah untuk menyebarkan informasi, mengedukasi, serta memastikan bahwa struktur, pencapaian tujuan perusahaan, dan budaya dari perusahaan Alfamart dan Alfamidi sampai ke seluruh karyawan (Alfanesia dan Midiers). Posisi Digital Media Gema Budaya disini tidak hanya mengelola media sosial akun Instagram Alfamart Gema Budaya dan Alfamidi Gema Budaya saja, melainkan juga bertugas menyebarkan mekanisme *employee engagement*

melalui E-mail dan juga menjadi panitia *employee engagement* (melakukan *live report*) yang diselenggarakan di setiap bulannya.

Dengan adanya Departement Organization Development Specialist posisi Digital Media Gema Budaya ini, Alfamart berharap agar setiap karyawan bisa sejalan dalam mencapai tujuan visi & misi Alfamart, dengan tetap menjalankan nilai-nilai budaya kerja yang Alfamart terapkan, yaitu 2I & 3K. Selain itu, Alfamart juga mengharapkan agar setiap karyawannya bisa dekat seperti keluarga dan bisa melayani bawahan dan juga pelanggan dengan sepenuh hati. Sesuai dengan penjelasan di atas, menunjukkan bahwa Departement Organization Development Specialist posisi Digital Media Gema Budaya sangat berperan penting terhadap komunikasi lingkup faktor internal PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.