

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mulai didirikan pada tahun 1989 oleh Djoko Susanto dan memulai ekspansinya di sektor minimarket pada tahun 1999. Hingga saat ini, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk mengelola lebih dari 20.000 toko yang tersebar di seluruh Indonesia, sekitar 160.000 karyawan, serta 36 kantor cabang termasuk kantor pusat Alfamart yang berada di Alam Sutera (PT Sumber Alfaria Tbk, 2024). Di awal kelahirannya, “Alfa Toko Gudang” menjadi nama pertama yang menjadi branding dari toko Djoko Susanto. Namun pada tahun 1994, nama Alfa Toko Gudang Rabat diubah menjadi Alfa Minimart dan pada tahun 2002 nama tersebut diakuisisi menjadi Alfamart. Sebelumnya Djoko Susanto memberi nama gerainya dengan sebutan “Sampoerna Mart” namun ia memilih untuk menggunakan kata “alfa” agar mudah diingat dan juga dikenal (Nandy, 2021).



Gambar 2.1 Logo Alfamart
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (2025)

Seiring berjalannya waktu, perusahaan ini semakin berkembang dan menyesuaikan diri dengan menempatkan diri dengan zaman yang berbeda. Tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, perusahaan ini juga mengoperasikan berbagai format dan merek ritel lainnya seperti toko kecantikan dan kesehatan, hingga layanan digital.



Gambar 2.2 Logo Unit Bisnis PT Sumber Alfaria Tbk dan anak perusahaannya

Sumber: alfakarir.official [@alfakarir.official]. (2024, February 15). Sobat Alfa tau ga sih perusahaan apa aja yang ada di Alfa Group Retail. [Postingan Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C3XS7MMh_Bb/?hl=id

Sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia dan untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, Alfamart melakukan memanfaatkan budidaya anak perusahaan untuk melakukan ekspansi bisnis. Di tahun 2007 menjadi titik awal PT Midimart yang saat ini sudah berubah menjadi PT Midi Utama Indonesia Tbk, yang bergerak di bidang ritel secara umum dan Saat itu memiliki dua gerai yang bernama “Alfamidi” dan “Alfamidi Super”. Di tahun yang berbeda, tepatnya pada tahun 2009, Perseroan melakukan pengembangan jenis gerai bernama Alfaexpress. Alfaexpress dikenal sebagai konsep toko yang menyediakan minuman dan makanan cepat saji. Alfamart terus berkembang dan menyesuaikan diri dari tahun ke tahun.

Menuju ke tahun 2011, Jepang memberikan hak eksklusif untuk salah satu perusahaan di sana yaitu Lawson Inc untuk menggunakan dan bertindak sebagai *sub-franchisor* (PT Midi Utama Indonesia Tbk, 2023) Pada tahun 2012, PT Sumber Indah Lestari (DAN+DAN) hadir sebagai anak perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan. Mulai memasuki pasar Medan dan memiliki kurang lebih 7.000 gerai yang beroperasi pada saat itu. Selang satu tahun berjalan yakni di 2013, kemunculan akuisisi saham PT Midi Utama Indonesia Tbk (Alfamidi) sebagai anak perusahaan Alfamart (Alfamidi, 2025).

Di tahun 2015 menjadi awal tahun munculnya PT Sumber Trijaya Lestari (Aksesmu) yang bergerak dibidang perdagangan besar dan pengembangan aplikasi perdagangan melalui internet. Selang setahun setelah munculnya Aksesmu, Alfamart menghadirkan Alfamind yang merupakan virtual store pertama di Indonesia dengan menggunakan teknologi *Augmented Reality*. Lalu setelah 20 tahun peluncuran Alfamart yakni di tahun 2019, Alfamart menghadirkan Alfagift sebagai aplikasi Alfamart yang dapat memungkinkan pengguna untuk selalu up-to-date terhadap promosi yang ada dan mendapatkan penawaran khusus yang hanya tersedia di aplikasi tersebut. Alfagift diakuisisi oleh PT Global Loyalty Indonesia dengan kepemilikan saham sebesar 75% (PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, 2024).

Adapun pendekatan yang lebih modern dilakukan oleh Alfamart yaitu dengan menghadirkan Alfa X. Menurut sumber internal, Alfa X ini memiliki kesamaan lini bisnis dengan Alfamart. Namun Alfa X lebih memiliki pendekatan modern dan menarik Generasi Z atau kaum muda. Selain Alfa X, Sama dengan kompetitor nya yakni Indomaret yang memiliki Indomaret Point, Alfamart tidak hanya mengembangkan perusahaannya di bidang retail, namun juga menghadirkan Bean Spot. Beans Spot merupakan *side business* yang dimiliki Alfamart dengan menyediakan kopi atau minuman lainnya dan makanan cepat saji.

2.2 Visi Misi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Alfamart merupakan salah satu perusahaan ritel ternama dan terbesar di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

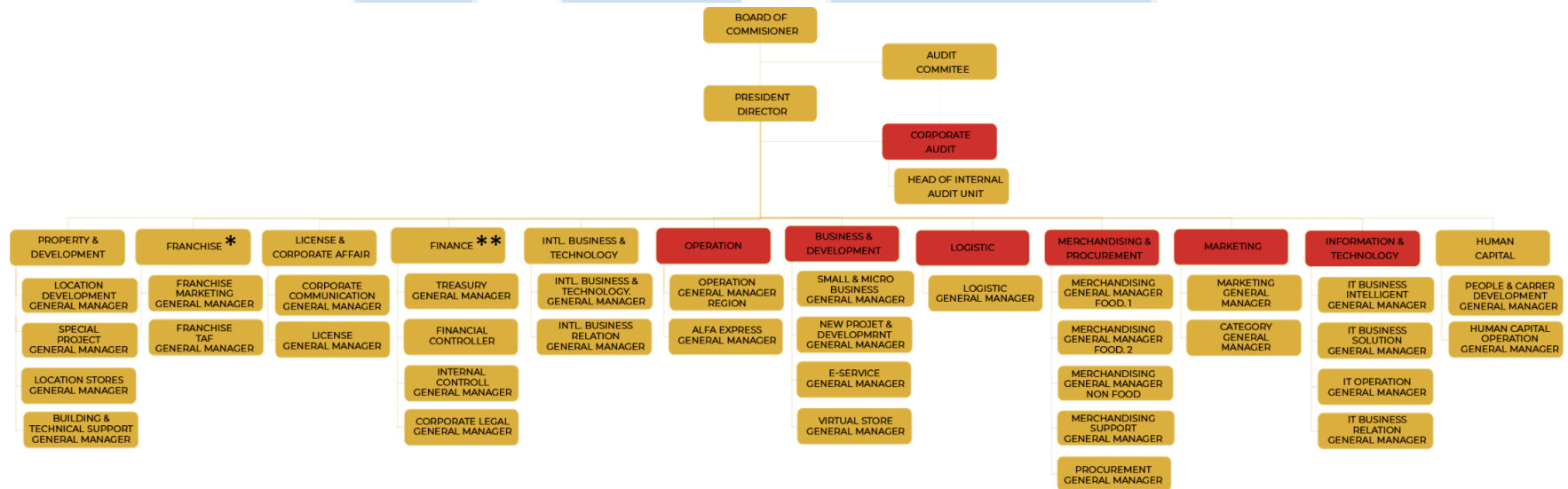
Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

MISI

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

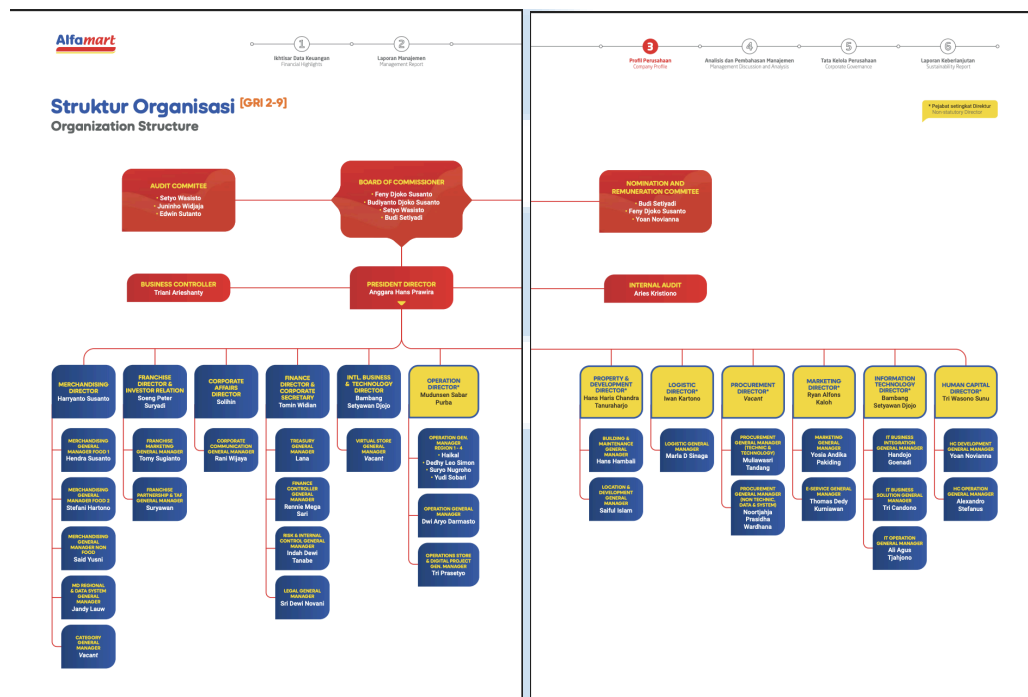


2.3 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk



Gambar 2.2 Ilustrasi Struktur Organisasi Alfamart

Sumber: Waralaba Alfamart. (2024). Prospektus Penawaran Kerjasama Waralaba. Diakses dari <https://waralaba.alfamart.co.id/frontend/files/prospektus-waralaba.pdf> pada 08 Mei 2025.

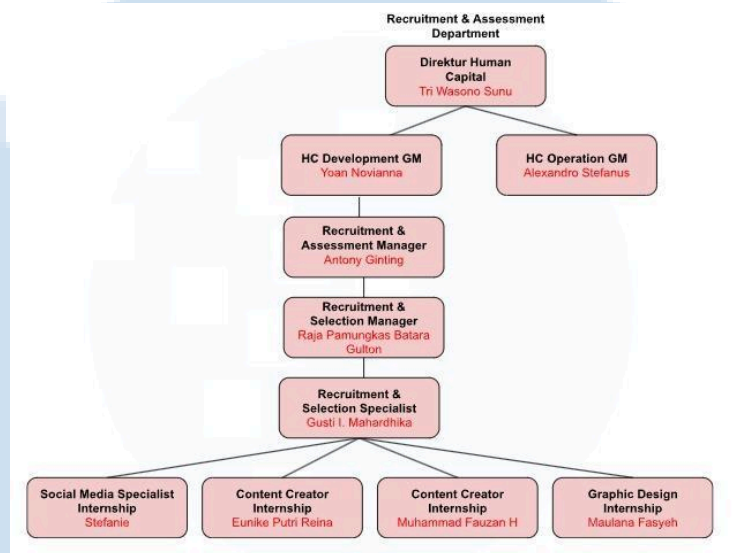


Gambar 2.3 Struktur Organisasi Alfamart per-2024
Sumber: PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (2024). *Annual Report and Sustainability Report*. Diakses dari <https://alfamart.co.id/investor-area/laporan-tahunan> pada 09 Mei 2025.

Penulis berkesempatan melaksanakan tanggung jawab untuk menjadi *intern crew* di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk sebagai *Content Creator Intern*. Posisi ini berada Departemen *Recruitment & Assessment*, namun fokus kegiatan magang penulis lebih menggunakan strategi employer branding yang terstruktur pada media sosial.

Meskipun supervisor penulis yaitu Raja Pamungkas Batara Gulton memiliki jabatan sebagai *Recruitment & Selection Manager*, beliau memiliki pengalaman lebih dari lima tahun dalam pengelolaan akun media sosial @alfakarir.official, sehingga tetap relevan sebagai supervisi magang di bidang komunikasi digital dan media sosial. Selain itu, penulis juga bekerja bersama dengan tim yang terdiri dari *Recruitment & Assessment Manager* yaitu Anthony Ginting, *Recruitment & Assessment Specialist* yaitu Gusti I. Mahardika, serta para intern lainnya seperti *Social Media Specialist Intern* yaitu Stefanie, *Content*

Creator Intern yaitu Eunike Putri Reina, dan *Graphic Designer Intern* yaitu Maulana Fasyeh.



Gambar 2.4 Struktur Divisi Recruitment & Assessment

Sumber: Data Olahan Rekan Magang (2025)

Divisi *Content Creator Intern* berperan dalam mendukung employer branding agar nantinya dapat mempengaruhi peningkatan jumlah pelamar kerja melalui strategi komunikasi visual yang menarik dan tentunya *segmented*. Divisi ini bekerja secara kolaboratif dengan tim rekrutmen dalam merancang dan memproduksi konten *employer branding*, yang disesuaikan dengan kebutuhan di Alfamart. Berikut merupakan tanggung jawab dari tim yang terlibat dalam proses ini.

A. *Department Recruitment & Assessment*

Bertanggung jawab untuk mendukung *Human Capital Director*, khususnya dalam rancangan dan menjalankan kegiatan atau rancangan strategi terkait seleksi, rekrutmen, employer branding serta peningkatan pengembangan talenta karyawan seperti *coordinator trainee*, *management trainee*, dan lain sebagainya.

B. *Human Capital Director*

Bertanggung jawab dalam seluruh pengelolaan sumber daya manusia, mencakup strategi rekrutmen, pengembangan kompetensi, sampai retensi karyawan.

C. *Human Capital Development General manager*

Bertanggung jawab Menyusun dan mengembangkan kebijakan serta strategi terkait pengelolaan tenaga kerja, termasuk perencanaan kebutuhan sumber daya manusia dan program pengembangan karyawan.

D. *Recruitment & Assessment Manager*

Bertugas Sebagai *leader* dalam tim untuk pelaksanaan proses *Recruitment & Assessment*, bertanggung jawab dalam menemukan dan mengevaluasi kandidat berkualitas, serta turun merancang strategi *employer branding*.

E. *Recruitment & Selection Manager*

Menjalankan proses rekrutmen dan seleksi karyawan, memastikan seluruh tahapan seleksi berjalan sesuai dengan standar kualitas perusahaan. Adapun pada kondisi tertentu untuk mewawancarai calon kandidat sebagai *usher* serta turun merancang strategi *employer branding* dengan media sosial

F. *Recruitment & Selection Specialist*

Berperan dalam pelaksanaan tes dan wawancara calon karyawan, serta berkoordinasi dengan manajer (*usher*) untuk menyesuaikan kualifikasi kandidat dengan kebutuhan perusahaan Serta turun merancang strategi *employer branding* di media sosial

G. *Social Media Specialist Internship*

Mendukung pengelolaan *employer branding* melalui akun media sosial TikTok @alfakarir.official, mulai dari perencanaan atau pembuatan konten bulanan hingga pelaporan *Engagement* konten.

H. *Content Creator internship*

Menghasilkan serta memproduksi konten visual *employer branding* pada akun media sosial YouTube, Instagram, ataupun LinkedIn untuk keperluan *employer branding* serta promosi lowongan kerja, baik di toko, gudang,

ataupun *head office* serta bekerja secara kolaboratif dengan tim rekrutmen untuk memastikan pesan yang disampaikan sesuai dan tepat sasaran agar dapat menarik calon karyawan melalui konten employer branding yang kreatif.

I. *Graphic Design Intern*

Merancang materi visual untuk mendukung aktivitas rekrutmen dan tim *social media specialist intern* atau *Content Creator Intern*, seperti membuat design untuk konten employer branding, materi promosi, desain poster, dan lain sebagainya dengan gaya visual sesuai dengan *Graphic Standard Manual* (GSM) yang dimiliki Perusahaan.

