

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Alfamart

PT. Sumber Alfaria Trijaya (dikenal sebagai Alfamart) awalnya berdiri sebagai perusahaan distribusi produk konsumen. Menurut *company profile* 2019, perusahaan ini bergerak dalam bidang distribusi retail dan memiliki jaringan *minimarket*, salah satunya Alfamart. Secara historis, Alfamart menapak dari usaha keluarga yang dijalankan oleh Djoko Susanto dan keluarga sejak tahun 1989.

Pada tahun 1989, Djoko Susanto dan keluarga memulai usaha dagang rokok dan produk konsumsi lainnya. Pada akhirnya, tahun itu juga, mayoritas kepemilikan kepada PT HM Sampoerna Tbk. Struktur kepemilikan Kembali berubah pada 1994, Dimana PT HM Sampoerna menguasai mendirikan 70% dan PT Sigmantara Alfindo milik keluarga Djoko Susanto memegang 30%.

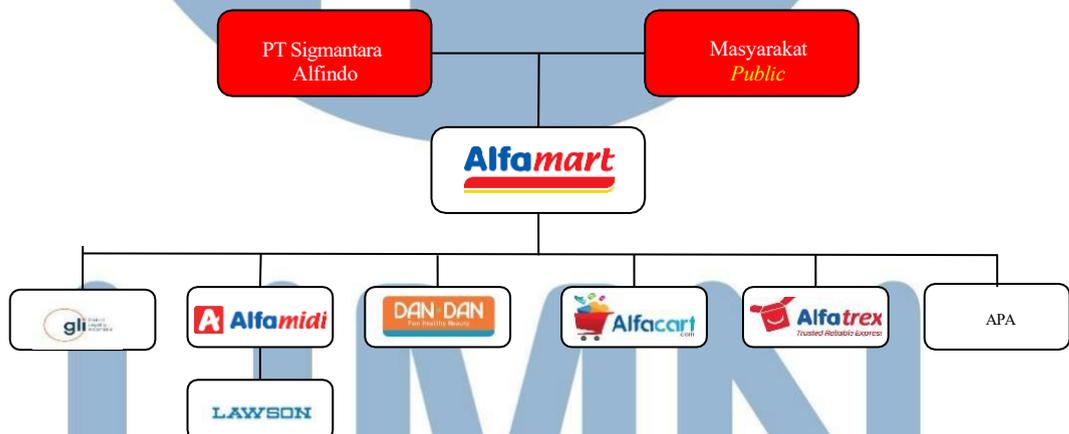
Kemudian, pada 27 Juli 1999 PT. Alfa Mini Mart Utama (AMU) dengan komposisi pemegang saham PT Alfa Retailindo Tbk (51%) dan Pt Lancar Distrindo (49%). Gerai pertama buka pada tanggal 18 Oktober 1999 di jalan Beringin Raya, karawaci, Tangerang.

Pada 27 Juni 2002, HM Sampoerna restrukturisasi kepemilikan di Alfa Retailindo (mengurangi dari 54,4 % ke 23,4 %). Kemudian pada 1 Agustus 2002, kepemilikan dialihkan ke Sumber Alfaria Trijaya (Sampoerna 70 %, Sigmantara Alfindo 30 %). Alfamart pun diresmikan sebagai merek dagang resmi pada 1 Januari 2003 dengan akuisisi 141 gerai Alfa Minimart pada 2007. Alfamart mendapatkan sertifikat ISO 9001:2000 dalam sistem manajemen sekaligus menjadikan jaringan Minimarket pertama di Indonesia yang mendapatkan sertifikat tersebut. Jumlah gerai pun bertumbuh hingga 2000 toko yang sudah mulai memasuki pulau Sumatera terutama Lampung.

Ekspansi dilanjutkan pada 2009 saat jumlah gerai mencapai 3.000 dan merambah Bali. Dua tahun kemudian (2011–2012), Alfamart telah mengoperasikan

6.585 gerai, termasuk wilayah Medan, Jambi, Pekanbaru, dan Banjarmasin . Di 2014, perusahaan resmi masuk pasar Filipina melalui anak usaha Alfamart Retail Asia Pte. Ltd. dan Alfamart Trading Philippines Inc. Tahun itu juga terjadi akuisisi saham MIDI, pengembangan gudang dan penetrasi Kalimantan, sehingga jumlah gerai mencapai 9.800+. Pada tahun 2019 jumlah gerai di Indonesia mencapai lebih dari 14.300, dan di Filipina sekitar 750 gerai dengan tiga gudang operasional . Per Mei 2023 tercatat lebih dari 18.000 gerai di 27 provinsi Indonesia, dengan 4 juta pelanggan harian serta puluhan ribu mitra UMKM. Ekspansi terus berlanjut; di Filipina pada akhir 2024 ada sekitar 2.100 gerai, dan ekspansi regional berlangsung pada 2025 .

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk memiliki unit bisnis yang menjalankan lini bisnis tertentu, setiap aspek dapat dikerjakan dengan struktur dan tujuan yang terfokuskan. Berikut merupakan struktur Grup



Gambar 2.1 Company profile 2019
Sumber: Dokumen Perusahaan (2019)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Visi Misi Alfamart

Gambar 2.2 Logo Alfamart
Sumber: Dokumen Perusahaan

Logo Alfamart memiliki dua elemen berupa *wordmark* serta *shape* yang berperan sebagai garis bawah penegas dari nama *brand*. Logo tersebut memiliki dua kata yaitu “Alfa” merupakan kata dari bahasa Yunani yang memiliki arti pertama dan dalam sistem bilangan Yunani mempunyai nilai “1” sementara “Mart” menjadi kata yang mewakili kategori bisnis yang dijalankan yaitu retail sehingga “Alfamart” memiliki makna dan tujuan untuk menjadi retail terbaik. Logo Alfamart juga memiliki kombinasi warna primer yaitu merah, biru, dan kuning. Warna merah memiliki makna dalam dominasi, keberanian dan motivasi. Warna biru memiliki makna dalam pelayanan, dan warna kuning memiliki makna kejayaan. Dua garis di bawah *brand* menggunakan kombinasi warna merah dan kuning yang menjadi penegas dalam suatu *brand*.

Dalam suatu perusahaan tentunya terdapat visi misi yang dipegang erat yang digambarkan oleh *brand*. Begitu pula dengan Alfamart yang memiliki visi dan misi perusahaan berupa

Visi Perusahaan:

Menjadi jaringan distribusi retail pilihan masyarakat yang mendukung pemberdayaan pelaku usaha kecil, memenuhi harapan konsumen, dan mampu bersaing secara global

Misi Perusahaan:

1. Menyediakan kepuasan pelanggan melalui produk berkualitas dan pelayanan unggul.
2. Menjadi yang terbaik dan menjaga etika bisnis tinggi.

3. Berkontribusi pada pembangunan nasional melalui pengembangan jiwa wirausaha dan kemitraan.
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, tumbuh, dan menguntungkan pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, serta masyarakat

Nilai – Nilai Perusahaan:

1. Integritas yang benar berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan berlandaskan jujur, disiplin dan konsisten dalam bekerja.
2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih menguntungkan Kreatif di tempat kerja, berkomitmen untuk terus meningkatkan praktik kerja.
3. Standar berkualitas dan produktif Hal ini memungkinkan untuk meluncurkan tugas sambil berkonsentrasi pada pencapaian hasil kerja yang lebih berkualitas.
4. Tim dan Kerja Mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim, sementara juga tetap aktif.
5. Kepuasan Pelanggan Melalui Praktek Terbaik Berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan bahwa akan ada kepuasan untuk pelanggan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

- **President Director**

President Director atau kepala perusahaan, dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan secara strategis. Seperti peraturan perusahaan, memilih, mempekerjakan dan mengelola staf dan kepala departemen (Manager), serta anggaran perusahaan.

- **Business Controller**

Business Controller memiliki peran mengawasi dan mengontrol keuangan serta kinerja bisnis perusahaan dalam memastikan operasional dan efisiensi penggunaan sumber daya yang tersedia secara efektif.

- **Merchandising**

Merchandising memiliki tanggung jawab dalam pemilihan, pengadaan, dan strategi pemasaran produk yang dijual dalam gerai Alfamart. Tentunya, memastikan produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tren pasar saat itu.

- **Franchise**

Franchise memiliki peran dalam mengembangkan dan juga mengelola penawaran kemitraan bisnis waralaba Alfamart dan juga *training* mitra serta pengawasan operasional gerai yang dikelola pihak ketiga.

- **Corporate Affair**

Corporate Affair memiliki peran untuk mengelola hubungan perusahaan dengan eksternal seperti pemerintah, regulator, media dan juga masyarakat serta memastikan perusahaan untuk kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

- **Finance**

Finance memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan seperti perencanaan keuangan, akuntansi, dan pelaporan keuangan untuk stabilitas dan transparansi finansial. Memverifikasi status utang, keuangan dan juga catatan pemasok faktur dan laporan AP/AR. Faktur harus bisa diberikan kepada konsumen dengan tepat.

- **INTL. Business & Technology**

INTL. Business & Technology memiliki tanggung jawab dalam pengembangan ekspansi bisnis secara skala internasional dan inovasi dalam teknologi untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global.

- **Operation Support**

Operation Support memiliki peran untuk memberikan dukungan operasional untuk memastikan kelancaran operasional gerai, termasuk manajemen layanan pelanggan, pelatihan karyawan dan juga pengawasan standar.

- **Property & SMB Development**

Property & SMB Development memiliki peran untuk mengelola akuisisi dan properti untuk ekspansi gerai baru serta pengembangan kemitraan dengan bisnis skala kecil dan menengah.

- **Logistic**

Logistic memiliki peran dalam pengaturan distribusi dan manajemen rantai pasok guna memastikan ketersediaan produk di seluruh gerai dengan efisien dan tepat waktu.

- **Procurement**

Procurement memiliki peran dalam pengelolaan proses pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan perusahaan dengan strategi yang efektif dan efisien serta tepat waktu.

- **Marketing**

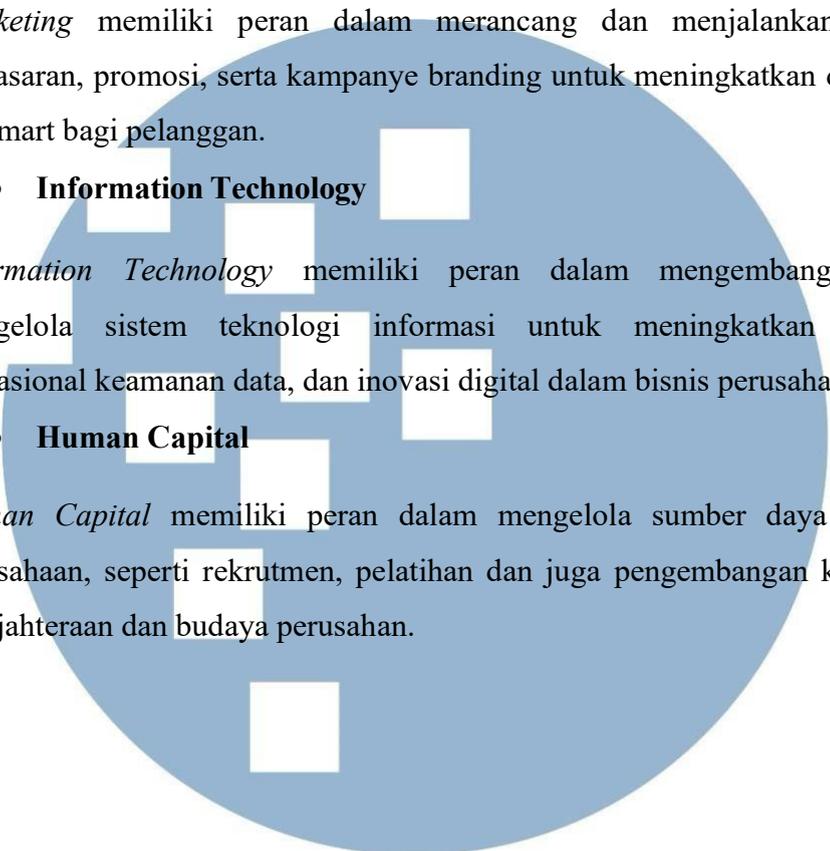
Marketing memiliki peran dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran, promosi, serta kampanye branding untuk meningkatkan daya tarik Alfamart bagi pelanggan.

- **Information Technology**

Information Technology memiliki peran dalam mengembangkan dan mengelola sistem teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional keamanan data, dan inovasi digital dalam bisnis perusahaan.

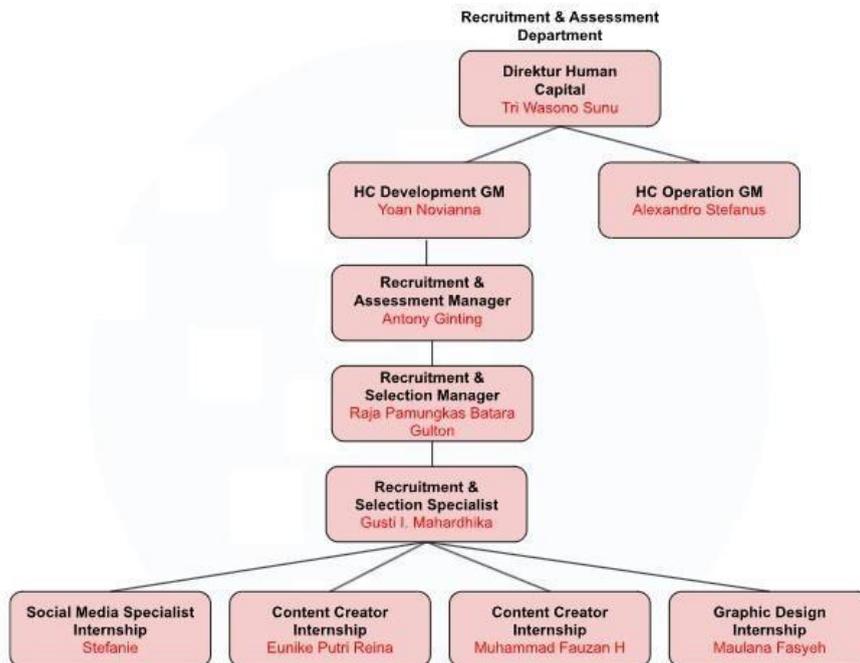
- **Human Capital**

Human Capital memiliki peran dalam mengelola sumber daya manusia perusahaan, seperti rekrutmen, pelatihan dan juga pengembangan karyawan, kesejahteraan dan budaya perusahaan.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3.1 Divisi Human Capital



Gambar 2.4 Struktur Department Recruitment & Assessment
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Department Recruitment & Assessment berperan dalam mendukung *Human Capital Director* melalui pengelolaan strategi rekrutmen, seleksi, serta pengembangan *talent* dalam perusahaan. Berikut merupakan penjabaran peran dan tanggung jawab yang dimiliki

- **Direktur Human Capital**

Bertanggung jawab secara keseluruhan dalam strategi pengelolaan sumber daya manusia, seperti rekrutmen, pengembangan dan retensi karyawan.

- **Human Capital Development General Manager**

Memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan kebijakan dan strategi dalam pengelolaan *Human Capital*, salah satunya dengan perencanaan tenaga kerja dan pengembangan karyawan.

- **Recruitment & Assessment Manager**

Memiliki tanggung jawab dalam memimpin tim rekrutmen dan assessment dalam mencari, menilai dan merekrut calon karyawan yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan organisasi, serta membantu dalam penyusunan strategi *employer branding* dan proses seleksi yang efektif.

- **Recruitment & Selection Manager**

Memiliki tanggung jawab dalam operasional rekrutmen dan seleksi karyawan baru serta menjaga kualitas proses seleksi agar sesuai dengan standar perusahaan.

- **Recruitment & Selection Specialist**

Memiliki peran dalam proses seleksi, termasuk dalam kegiatan wawancara dan tes asesmen. Tentunya juga bekerja sama dengan pihak manager untuk memastikan kandidat yang direkrut sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan.

- **Social Media Specialist Internship**

Membantu strategi *employer branding* melalui media sosial dengan nama Alfa Karir. Menyusun *Content planning* per bulannya dan juga merekap hasil konten yang telah dibuat Melalui platform media sosial fokus mengelola konten rekrutmen untuk meningkatkan daya tarik perusahaan bagi calon kandidat yang mendaftar.

- **Content Creator Internship**

Membantu konten kreatif untuk mendukung promosi lowongan kerja dan citra perusahaan. Termasuk dalam toko Alfamart dan juga gudang. Berkolaborasi dengan tim rekrutmen untuk konten yang menarik bagi calon pelamar.

- **Graphic Design Internship**

Memiliki peran untuk mendesain materi yang telah disiapkan dalam bentuk visual sesuai dengan kebutuhan rekrutmen. Termasuk dalam posting media sosial dan materi promosi. Hal ini ditujukan untuk memiliki tampilan menarik dan searah dengan identitas *brand* perusahaan Alfamart.

