

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Midi Utama Indonesia Tbk yang biasa dikenal dengan Alfamidi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail. PT Midi Utama Indonesia Tbk didirikan pada Juli 2007 di Jalan Garuda, Jakarta Pusat oleh Djoko Susanto yang sekaligus pendiri dari Alfa Group. Pada masa awal pendiriannya, PT Midi Utama Indonesia Tbk bernama “PT Midimart Utama” dan berubah nama menjadi seperti sekarang pada tahun 2008. Saat ini *head office* PT Midi Utama Indonesia Tbk terletak di Jl. Jalur Sutera Barat Kav 7-9, Alam Sutera, Tangerang.



Gambar 2.1 Logo PT Midi Utama Indonesia Tbk
Sumber : alfamidi.alfamidiku.com

Alfamidi merupakan perusahaan retail yang didirikan dengan konsep ‘supermarket mini’ untuk menyesuaikan kebiasaan belanja konsumen dari yang sebelumnya merupakan belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko terdekat. Alfamidi mempunyai keunikan dibandingkan gerai retail sejenis lainnya karena Alfamidi menyediakan berbagai produk yang dibutuhkan oleh rumah tangga sehari-hari seperti makanan dan minuman, perlengkapan rumah tangga, hingga *fresh food*, daging olahan, dan berbagai makanan beku yang menjadi kebutuhan masyarakat.

Alfamidi juga memiliki beberapa tipe toko, yaitu Alfamidi Reguler, Alfamidi Super, dan Midifresh. Hal yang membedakan diantara ketiga tipe toko tersebut terletak pada

banyaknya jumlah item dan tipe item yang dijual. PT Midi Utama Indonesia Tbk sudah mencapai banyak gerai pada tahun 2025, yaitu 2.453 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia dan didukung lebih dari 29.856 karyawan.



Gambar 2.2 Logo Alfamidi Super

Sumber : sukalogo.com



Gambar 2.3 Peta Cabang Alfamidi

Sumber : Data Internal (2025)

2.1.1 Visi PT Midi Utama Indonesia Tbk

Visi PT Midi Utama Indonesia Tbk adalah “menjadi jaringan ritel yang menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik”.

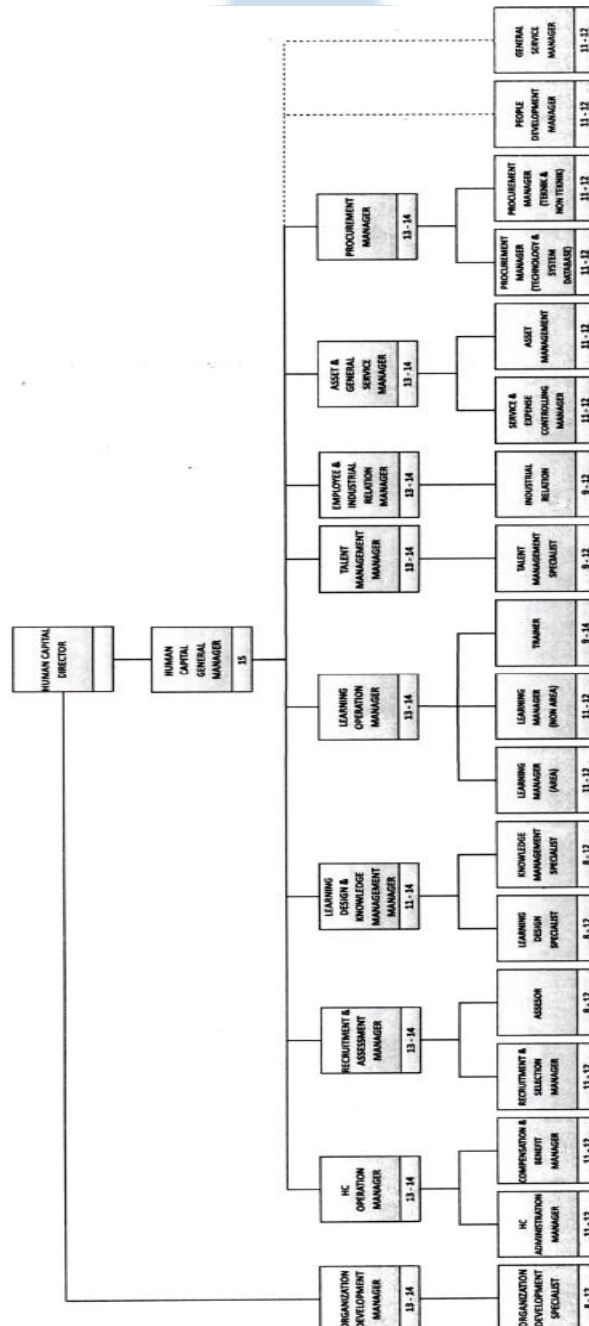
2.1.2 Misi PT Midi Utama Indonesia Tbk

- Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas.

- b. Menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi.
- c. Menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- d. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Organisasi PT Midi Utama Indonesia Tbk

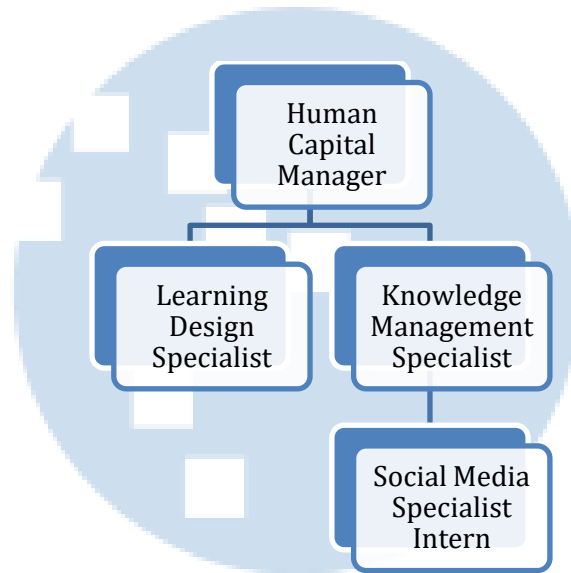


Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Midi Utama Indonesia Tbk

Sumber : Data Internal (2025)

2.2.2 Struktur Organisasi Departemen Knowledge Management

Knowledge Management pada PT Midi Utama Indonesia Tbk berada dalam departemen *Learning Design & Knowledge Management* yang berada di divisi *Human Capital*. Pemegang berada dalam posisi *Social Media Specialist intern* pada departemen *Knowledge Management* yang berfokus pada pengelolaan sosial media untuk pengembangan pengetahuan karyawan. Berikut adalah struktur organisasi dan tugas setiap posisi departemen *Learning Design & Knowledge Management*:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Departemen *Learning Design and Knowledge Management*

Sumber : Data Internal (2025)

- a) *Human Capital Manager* : bertugas untuk memastikan kinerja individu di dalam organisasi berkontribusi terhadap tujuan organisasi melalui sistem, kebijakan dan iklim budaya organisasi, ketersediaan target dan sasaran kerja yang terukur, pengembangan kompetensi individu, tercukupinya *key talent person* dan memastikan desain organisasi efektif dan efisien, serta memastikan pengadaan & pemenuhan kebutuhan barang di lingkungan perusahaan.
- b) *Learning Design Specialist* : bertugas untuk analisa kebutuhan pembelajaran (LNA), menyusun kurikulum per jabatan serta menyusun modul pelatihan dan program pengembangan karyawan berdasarkan kurikulum yang telah disusun dengan menggunakan metode dan media pembelajaran yang tepat, mengembangkan alat ukur dan metode evaluasi yang tepat, serta membuat material program pelatihan dan pengembangan yang efektif dan efisien yang mampu mendukung pencapaian setiap program pelatihan dan pengembangan yang telah dibuat.

- c) *Knowledge Management Specialist* : bertugas untuk mencari sumber-sumber pengetahuan dan menentukan material pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan serta mengelola pemberdayaan kegiatan pembelajaran *non-class* secara berkelanjutan.

