

BAB II

PT MIDI UTAMA INDONESIA

2.1 Profil PT. Midi Utama Indonesia Tbk.

PT Midi Utama Indonesia Tbk merupakan perusahaan ritel modern yang didirikan pada Juli 2007 dan dikenal luas melalui jaringan gerai Alfamidi. Berawal dari konsep minimarket yang mengakomodasi kebutuhan belanja mingguan masyarakat, perusahaan ini terus berkembang dengan menghadirkan berbagai format gerai seperti Alfa Express, Lawson, hingga Alfamidi Super. Dengan fokus pada penyediaan produk kebutuhan pokok yang lengkap, segar, dan terjangkau, serta lokasi yang strategis, PT Midi Utama Indonesia Tbk berhasil menjangkau masyarakat luas di berbagai wilayah Indonesia. Per 31 Desember 2021, jumlah gerai yang dikelola Perseroan mencapai 2.036 unit, yang terdiri dari 1.918 gerai Alfamidi Reguler, 6 Alfamidi Fresh, 32 gerai Alfamidi Super, 5 Alfamidi Spesifik, dan 75 gerai Alfamidi Franchise. Gerai-gerai tersebut tersebar di berbagai cabang seperti Medan, Bitung, Bekasi, Yogyakarta, Pasuruan, Samarinda, Manado, Palu, Makassar, Kendari, Ambon, dan Jayapura.



Gambar 2.1.1 Logo PT. Midi Utama Indonesia Tbk.

Sumber: Data Perusahaan, 2024

Keberhasilan ekspansi ini turut didukung oleh lebih dari 23.000 karyawan yang tersebar di seluruh jaringan operasional perusahaan. Selain menjalankan kegiatan operasional bisnis, PT Midi Utama Indonesia Tbk juga aktif dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) serta membuka peluang wirausaha melalui sistem kemitraan waralaba. Berbagai penghargaan di bidang layanan dan pemasaran telah diraih, memperkuat posisi PT Midi Utama Indonesia Tbk sebagai salah satu jaringan ritel terkemuka dan terpercaya di Indonesia.

Dengan skala operasional yang luas dan strategi bisnis yang adaptif, perusahaan ini terus berupaya menjawab kebutuhan konsumen serta mengikuti perkembangan pasar ritel yang dinamis. <https://www.alfamidiku.com/info-kerjasama>

2.2 Visi Misi PT. Midi Utama Indonesia Tbk

PT. Midi Utama Indonesia Tbk sebagai salah satu perusahaan ritel yang cukup besar memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi jaringan ritel yang dekat dengan masyarakat, mampu menjawab kebutuhan serta ekspektasi pelanggan, dan senantiasa memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik.

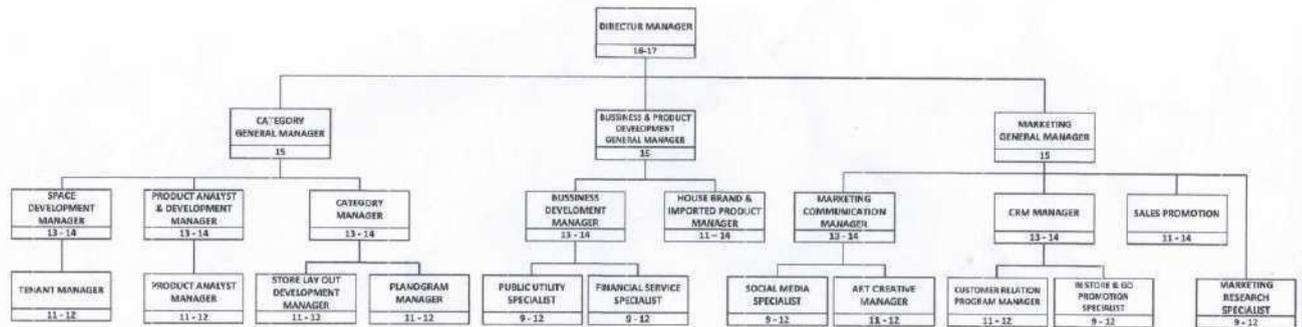
MISI

1. Berkomitmen memberikan kepuasan pelanggan dengan mengutamakan kualitas produk dan layanan.
2. Menjunjung tinggi standar etika dan integritas dalam setiap aktivitas bisnis.
3. Mendorong semangat kewirausahaan serta membangun kemitraan usaha yang saling menguntungkan.

2.3 Struktur Organisasi PT. Midi Utama Indonesia Tbk

PT Midi Utama Indonesia Tbk merupakan jaringan ritel modern yang berdiri sejak Juli 2007 yang didirikan oleh Djoko Susanto. Dalam menjalankan fungsi pemasaran dan komunikasi, Alfamidi memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi di PT Midi Utama Indonesia Tbk terbagi ke dalam beberapa divisi utama yang saling berkoordinasi di bawah pengawasan *Director Manager*. Tiga posisi *General Manager* membawahi bidang utama, yaitu *Category*, *Business & Product Development*, dan *Marketing*. Masing-masing divisi memiliki manajer dan spesialis yang bertanggung jawab atas area kerja yang lebih spesifik. Divisi *Category* berfokus pada pengembangan produk dan tata letak toko, sedangkan *Business & Product Development* mencakup pengembangan bisnis, layanan keuangan, dan produk merek internal (house brand). Sementara itu, divisi *Marketing* menaungi kegiatan komunikasi pemasaran, hubungan pelanggan, promosi, serta riset pasar.

Struktur ini menunjukkan adanya pembagian peran yang jelas untuk memastikan operasional perusahaan berjalan secara efisien dan terfokus sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing. Berikut adalah struktur organisasi PT. Midi Utama Indonesia Tbk. :

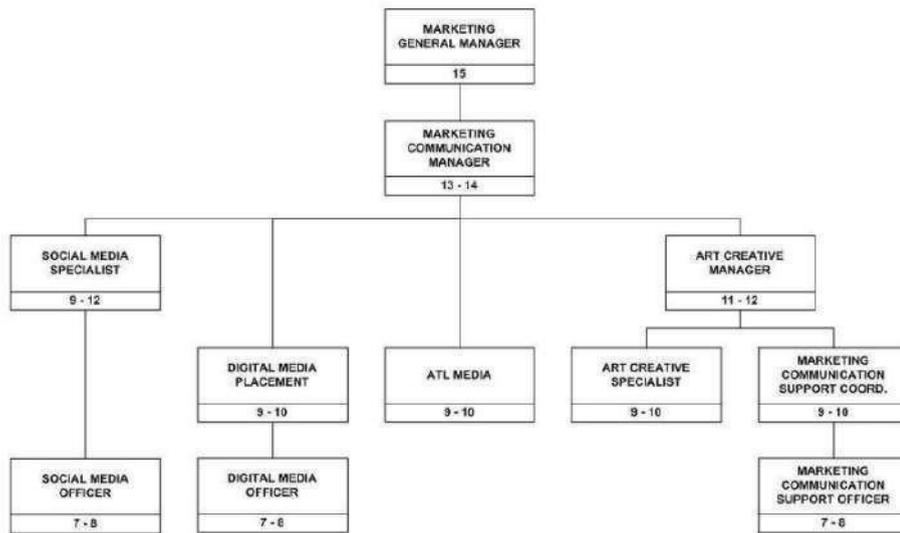


Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi PT. Midi Utama Indonesia Tbk.

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Struktur organisasi pada divisi Marketing di PT Midi Utama Indonesia Tbk terdiri dari beberapa sub-divisi yang saling terintegrasi, salah satunya adalah *Marketing Communication*. Di bawah kepemimpinan *Marketing General Manager*, terdapat *Marketing Communication Manager* yang mengawasi beberapa posisi strategis, seperti *Social Media Specialist*, *Digital Media Placement*, *ATL Media*, *Art Creative Manager*, dan *Marketing Communication Support Coordinator*. Masing-masing dari posisi ini memiliki peran penting dalam menjalankan strategi komunikasi dan promosi perusahaan, baik melalui media sosial, iklan digital, media konvensional (*Above The Line*), maupun desain visual dan dukungan operasional komunikasi. Struktur ini memungkinkan divisi *marketing* untuk bekerja secara menyeluruh dan terkoordinasi dalam menjangkau konsumen serta memperkuat citra merek Alfamidi. Berikut bagan struktur organisasi divisi Marketing di PT Midi Utama Indonesia Tbk:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA