

## **BAB 2**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia dengan nama Alfamart, merupakan salah satu perusahaan ritel minimarket terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia hingga saat ini. Sejarah berdirinya perusahaan ini dimulai pada tahun 1989, ketika Djoko Susanto bersama keluarganya mendirikan sebuah perusahaan dagang yang menjadi cikal bakal Alfamart. Pada akhir tahun yang sama, sekitar bulan Desember, perusahaan tersebut dijual kepada PT HM Sampoerna Tbk, yang kemudian melanjutkan pengembangan usaha ritel ini dengan strategi bisnis yang lebih terarah dan modern.

Awalnya, jaringan toko ini dikenal dengan nama “Alfa Minimart”, dengan gerai pertamanya yang dibuka di kawasan Karawaci, Tangerang. Seiring berjalanannya waktu, perusahaan ini menerapkan strategi ekspansi yang agresif dan terencana, sehingga jaringan toko Alfa Minimart tumbuh pesat di wilayah Jabodetabek. Pertumbuhan tersebut membawa perubahan besar pada tahun 2002, ketika sebanyak 141 gerai Alfa Minimart resmi berganti nama menjadi Alfamart, nama yang hingga kini melekat kuat di benak masyarakat Indonesia sebagai simbol ritel yang mudah dijangkau dan terpercaya.

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk terus menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dengan memperluas jaringan tokonya ke berbagai daerah di Indonesia, bahkan hingga ke luar negeri, seperti Filipina. Pertumbuhan ini menjadi bukti nyata dari keberhasilan strategi ekspansi perusahaan dalam menghadirkan layanan ritel yang mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, komitmen perusahaan untuk terus berkembang juga ditunjukkan dengan langkah besar pada tahun 2009, ketika PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk secara resmi melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham AMRT. Pencatatan saham ini menandai tonggak penting dalam perjalanan perusahaan menuju tata kelola yang lebih profesional, transparan, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

Tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah gerai, Alfamart juga memperluas ruang lingkup bisnisnya dengan membentuk berbagai anak perusahaan serta melakukan akuisisi terhadap sejumlah perusahaan strategis. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat posisi Alfamart di sektor ritel dan mendukung

diversifikasi bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 2.1. Logo Alfamart

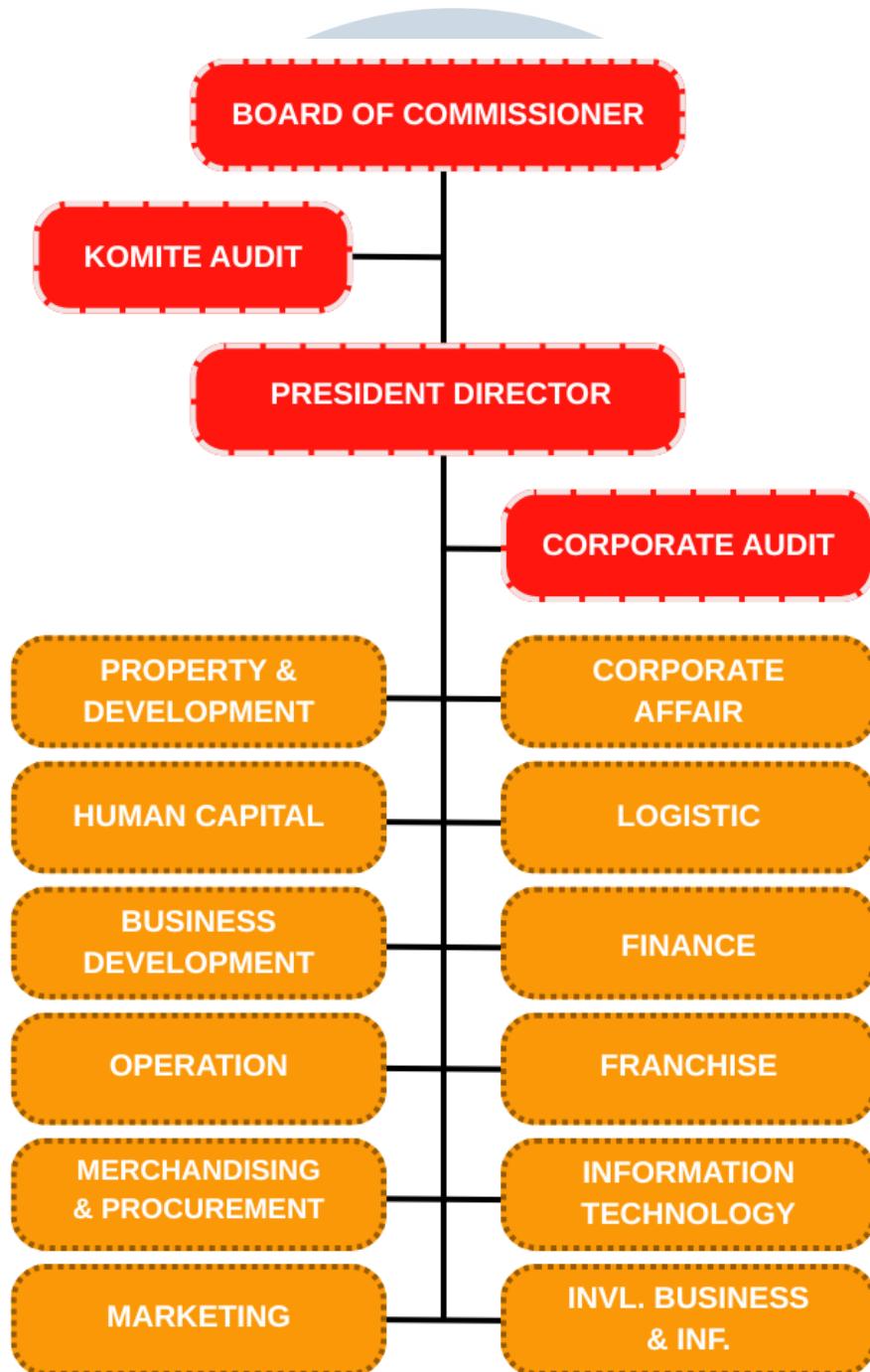
Pada tahun 2012, Alfamart mendirikan anak perusahaan bernama PT Sumber Indah Lestari, yang berfokus pada produk-produk kesehatan dan kecantikan, sebagai bentuk respon terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat di sektor tersebut. Di tahun yang sama, Alfamart meluncurkan *Alfa Online*, sebuah *platform* belanja daring yang pada awalnya hanya beroperasi di wilayah Tangerang. Inovasi ini menjadi langkah awal perusahaan dalam memasuki era digitalisasi ritel dan memperluas jangkauan layanannya melalui teknologi internet.

Logo Alfamart sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.1 didominasi oleh warna biru, merah, dan kuning yang merepresentasikan kepercayaan, semangat, serta kehangatan pelayanan kepada konsumen.

Selanjutnya, pada tahun 2013, perusahaan melakukan akuisisi terhadap saham PT Midi Utama Indonesia, serta mendirikan anak perusahaan internasional bernama Alfamart *Retail Asia Pte. Ltd.*, yang menjadi tanda ekspansi Alfamart ke pasar ritel Asia Tenggara. Tidak berhenti di situ, pada tahun 2016, Alfamart memperkenalkan Alfamind, yaitu toko virtual pertama di Indonesia yang memanfaatkan teknologi *augmented reality* (AR). Kehadiran Alfamind menunjukkan komitmen Alfamart dalam mengintegrasikan teknologi canggih ke dalam dunia ritel modern, memberikan pengalaman berbelanja yang inovatif, dan memperkuat citra perusahaan sebagai pelopor inovasi dalam industri ritel nasional.

Hingga tahun 2023, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk telah berkembang menjadi salah satu perusahaan ritel terbesar dan terkemuka di Indonesia, dengan ribuan gerai yang tersebar di seluruh penjuru negeri. Keberhasilan ini merupakan hasil dari konsistensi perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, menjaga kepercayaan konsumen, serta terus beradaptasi terhadap perubahan perilaku belanja masyarakat di era modern.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



N U S A N T A R A  
Gambar 2.2. Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Struktur organisasi perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat dilihat pada Gambar 2.2. Tugas masing-masing bagian Struktur Organisasi PT Sumber

Alfaria Trijaya Tbk yaitu:

**1. *Board of Commissioners***

Dewan Komisaris bertugas mengawasi pelaksanaan kebijakan dan kinerja Direksi agar selalu sesuai dengan tujuan perusahaan. Selain itu, dewan ini memiliki kewenangan khusus sebagaimana diatur dalam anggaran dasar untuk melaksanakan tugas tertentu dari Direksi, membuat dan menyimpan risalah rapat, serta memberikan laporan hasil pengawasan kepada pemegang saham.

**2. *Audit Committee***

Komite Audit berfungsi menelaah laporan keuangan yang diterbitkan, memastikan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan di bidang pasar modal dan peraturan relevan lainnya, menilai independensi serta objektivitas akuntan publik, dan mengevaluasi kecukupan pemeriksaan yang dilakukan auditor eksternal. Komite ini juga menangani berbagai pengaduan yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan.

**3. *President Director***

Presiden Direktur berperan sebagai pemimpin utama perusahaan yang menetapkan kebijakan strategis, mengatur dan mengawasi pelaksanaan tugas para manajer serta karyawan, dan bertanggung jawab dalam menyetujui serta mengontrol penggunaan anggaran perusahaan.

**4. *Corporate Audit***

Divisi *Corporate Audit* berfokus pada deteksi dan investigasi penipuan, serta memberikan keahlian dalam audit forensik dan analisis risiko. Unit ini mengembangkan prosedur audit, berinteraksi dengan manajemen senior, serta mendokumentasikan hasil pemeriksaan secara sistematis.

**5. *Operation***

Divisi Operasional mengawasi seluruh kegiatan operasional di lapangan, termasuk pemeliharaan peralatan, proses produksi, dan pengambilan keputusan harian yang berkaitan dengan kegiatan bisnis Alfamart.

**6. *Marketing***

Divisi Pemasaran bertanggung jawab atas seluruh kegiatan promosi dan penjualan produk. Bagian ini juga berperan dalam mengoordinasikan

manajer produk dan penjualan, melaksanakan strategi pemasaran, serta menyampaikan laporan hasil kegiatan kepada Direksi.

#### **7. *Merchandising & Procurement***

Divisi ini mengatur penataan dan tampilan produk di toko, menjaga kebersihan area pajangan, menjalankan program promosi perusahaan, serta melaksanakan rencana kerja dan kunjungan toko sesuai jadwal yang telah ditetapkan.

#### **8. *Property & Development***

Divisi ini bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengendalian seluruh aset properti perusahaan, termasuk pengarsipan dokumen kepemilikan, serta penyusunan laporan kegiatan divisi secara akurat dan tepat waktu.

#### **9. *Information Technology (IT)***

Bagian Teknologi Informasi bertugas menjaga dan mengoptimalkan sistem jaringan, *server*, serta infrastruktur teknologi yang digunakan perusahaan agar seluruh kegiatan operasional berjalan lancar.

#### **10. *Finance***

Divisi Keuangan menangani proses administrasi keuangan seperti pembuatan dan pemeriksaan faktur, laporan utang-piutang, serta memastikan pembayaran kepada vendor dan pelanggan dilakukan dengan benar dan tepat waktu.

#### **11. *Human Capital***

Divisi *Human Capital* berfokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, mulai dari perekrutan tenaga kerja yang kompeten hingga pengembangan keahlian karyawan sesuai bidangnya.

#### **12. *Corporate Development***

Bagian ini bertanggung jawab dalam perencanaan dan perancangan proposal bisnis baru, menyusun presentasi pengembangan usaha, serta memberikan dukungan dan pemantauan terhadap kegiatan *fundraising* perusahaan.

#### **13. *Franchise***

Divisi *Franchise* mengelola sistem waralaba perusahaan, menyediakan dukungan modal dan lokasi usaha bagi mitra, serta menjaga citra dan kualitas merek Alfamart di seluruh jaringan kemitraan.

#### 14. *Corporate Affair*

Divisi *Corporate Affair* bertugas mengelola komunikasi internal dan eksternal perusahaan, termasuk penerbitan buletin karyawan, laporan tahunan, serta penyampaian informasi resmi melalui siaran pers.

#### 15. *Business Development*

Bagian Pengembangan Bisnis berperan dalam mengidentifikasi peluang kerja sama yang potensial, menjalin hubungan dengan mitra strategis, dan membantu merancang strategi pengembangan perusahaan baik secara internal maupun eksternal.

### 2.3 Portfolio Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Perseroan) adalah perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang mengelola jaringan minimarket Alfamart. Berdiri sejak tahun 1989 dan memasuki bisnis ritel pada tahun 1999, Perseroan berfokus pada distribusi kebutuhan pokok sehari-hari dengan harga terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau masyarakat. Saat ini, Perseroan telah mengelola belasan ribu gerai yang tersebar di seluruh Indonesia dan Filipina, serta mempekerjakan lebih dari 100.000 karyawan.

#### 2.3.1 Produk dan Layanan

Sebagai perusahaan jasa ritel, Perseroan menyediakan berbagai produk dan layanan unggulan yang menjadi pilar bisnis utama, antara lain:

- **Jaringan Ritel Fisik (*Offline Store*):** Pengelolaan operasional minimarket modern yang menyediakan kebutuhan pokok (*FMCG*). Termasuk pengembangan format gerai lain melalui entitas anak, seperti Alfamidi (*Supermarket mini*), Lawson (*Convenience store*), dan Dan+Dan (*Health & Beauty*).
- **Layanan Digital & E-Commerce (*Omnichannel*):** Pengembangan Alfagift, sebuah aplikasi loyalitas dan belanja *online* yang terintegrasi. Layanan ini memungkinkan konsumen berbelanja dari rumah dengan pengiriman cepat dari toko terdekat (*O2O - Online to Offline*).
- **Manajemen Waralaba (*Franchise Management*):** Menyediakan sistem bisnis ritel terpadu bagi masyarakat atau investor yang ingin memiliki

gerai Alfamart sendiri. Perseroan memberikan dukungan berupa sistem operasional, distribusi barang, hingga pelatihan SDM.

- **Layanan Nilai Tambah (Value Added Services):** Transformasi gerai menjadi *community hub* yang melayani berbagai transaksi non-ritel, meliputi:
  - Layanan pembayaran tagihan (PLN, PDAM, BPJS, TV Kabel).
  - Layanan keuangan (Pengiriman uang/Remitansi, Tarik tunai).
  - Penjualan tiket (Kereta Api, Pesawat, Wahana Hiburan).
  - Layanan ekspedisi/*drop point* paket.

### 2.3.2 Mitra dan Kerjasama Strategis

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk menjalin kerjasama strategis dengan berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan. Berikut adalah daftar kategori kerjasama utama:

- **Mitra Pemasok (Principals & Suppliers)**  
Kerjasama distribusi dengan ratusan perusahaan *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)* multinasional dan nasional untuk memastikan ketersediaan produk berkualitas bagi konsumen.
  - **Mitra Utama:** Unilever Indonesia, Indofood, Wings Group, Mayora, Danone, Nestlé, Coca-Cola Europacific Partners, Unicharm, P&G, dll.
- **Mitra Perbankan & Jasa Keuangan (Financial Partners)**  
Kerjasama integrasi sistem pembayaran nontunai (*cashless*) dan layanan perbankan di seluruh gerai.
  - **Perbankan:** Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI (Layanan Debit, Kartu Kredit, *Top Up*, Tarik Tunai).
  - **E-Wallet & Fintech:** GoPay, ShopeePay, OVO, DANA (Integrasi pembayaran QRIS).
- **Mitra UMKM (SME Partnerships)**  
Komitmen perusahaan dalam memberdayakan usaha kecil dan menengah melalui berbagai program kemitraan:

- **Tenant (Teras Alfamart):** Kerjasama penyewaan lahan usaha di halaman gerai bagi ribuan pedagang lokal.
  - **Supplier Lokal (Produk IKM):** Kerjasama pemasaran produk-produk khas daerah yang diproduksi oleh industri kecil setempat untuk dijual di rak Alfamart.
  - **Outlet Binaan (Store Sales Point):** Memberdayakan warung kelontong tradisional melalui suplai barang dengan harga kompetitif.
- **Mitra Logistik & Layanan Umum**  
Kerjasama pemanfaatan jaringan toko sebagai titik layanan publik.
    - **Mitra:** SiCepat, JNE (*Drop point* paket), serta institusi layanan publik untuk pembayaran pajak kendaraan dan PBB.

### 2.3.3 Jejak Rekam dan Pencapaian

Selama beroperasi, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk telah mencatatkan berbagai pencapaian signifikan sebagai bukti kredibilitas layanan:

- Memiliki jaringan distribusi terluas dengan lebih dari 32 Gudang (*Distribution Center*) di seluruh Indonesia.
- Meraih penghargaan *Top Brand Award* kategori Minimarket secara berturut-turut.
- Penghargaan *Digital Marketing Award* untuk keberhasilan transformasi digital melalui Alfagift.
- Pelopor kampanye kantong plastik berbayar/ramah lingkungan di industri ritel Indonesia sebagai bentuk tanggung jawab sosial (*CSR*).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA