

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk merupakan perusahaan ritel *consumer goods* berbasis digital dari Indonesia yang berkomitmen untuk menghadirkan solusi belanja yang murah, terjangkau, dan bermakna bagi masyarakat. Oleh karena itu, Alfamart terus menginovasikan produk dan layanan dengan menggabungkan kebutuhan harian konsumen, khususnya generasi milenial dan Generasi Z, serta memperkuat keterhubungan dengan nilai-nilai lokal, demi menciptakan gaya hidup yang lebih praktis, sehat, dan berkelanjutan untuk masa depan yang lebih baik (Alfamart, 2024).



Gambar 2. 1 Logo PT Sumber Alfaria Trijaya
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah sebuah perusahaan ritel di Indonesia. Bapak Djoko Susanto mendirikan perusahaan ini pada 22 Februari 1989. PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk bekerja selama 8 jam kerja dan 1 jam istirahat, sama seperti perusahaan korporasi lainnya. Jam kerjanya adalah dari 08.00 hingga 17.00 atau 09.00 hingga 18.00 WIB.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah perusahaan induk dari dari Alfamart Group, yang mengelola beberapa anak perusahaan berikut.

- 1. PT Midi Utama Indonesia (MIDI)** – Mengawasi jaringan toko Alfamidi atau Alfa Express.

2. **PT Sumber Indah Lestari (SIL)** – Melalui Dan + Dan, mengawasi penjualan produk kecantikan dan kesehatan.
3. **PT Global Loyalty Indonesia (GLI)** – Mengawasi program loyalitas pelanggan dan mengembangkan aplikasi Alfagift.
4. **PT Sumber Trijaya Lestari (STL)** – Menangani perdagangan dan platform *e-commerce* Alfacart yang sangat besar.
5. **PT Sumber Wahana Sejahtera (SWS)** bergerak pada bidang distribusi dan jasa pengiriman yang dijalankan lewat layanan Alfatrex.
6. **PT Lancar Wiguna Sejahtera (LWS)** – Sejak 2025, AMRT mengelola gerai Lawson di Indonesia secara langsung.
7. **Alfamart Retail Asia (ARA)** – Membantu Alfamart berkembang di pasar internasional, terutama di Filipina.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk telah beroperasi selama lebih dari 35 tahun dan telah mengalami berbagai situasi dengan segala perubahan hingga dapat mencapai titik di mana kita mengenal mereka sebagai Alfamart saat ini. Lini masa perjalanan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dari awal berdirinya hingga saat ini ditunjukkan di bawah ini.

Djoko Susanto dan keluarganya mendirikan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk pada tahun 1989. PT HM Sampoerna, Tbk membeli sebagian besar saham perusahaan pada akhir tahun yang sama. Perusahaan membeli 141 gerai Alfa Minimart pada tahun 2002 dan resmi mengubah namanya menjadi “Alfamart”. Alfamart masuk ke pasar Bali pada tahun 2009 dan memperluas jaringannya dengan lebih dari 3.300 toko PT Sumber Indah Lestari didirikan pada tahun 2012 dengan tujuan menjual kosmetik dan menambah lebih dari 7.000 gerai di Medan.

Bisnis terus berkembang dengan mendirikan Alfamart Retail Asia Pte pada tahun 2013 dan membeli saham PT Midi Utama Indonesia, Tbk. Dengan lebih dari 8.500 toko, jaringan Alfamart berkembang ke Jambi, Pekanbaru, dan Banjarmasin. Tahun berikutnya, Alfamart mulai berekspansi ke Filipina melalui usaha patungan yang disebut Alfamart Trading Philippines Inc. Mereka juga memperluas bisnis

mereka ke Pontianak dan Manado dan mendapatkan lebih banyak saham di Midi. Saat itu, total gerainya hampir 10.000

Dari 2015 hingga 2017, perusahaan terus meningkatkan operasinya dengan menerbitkan obligasi, mendirikan anak perusahaan baru, dan berkembang ke Batam. Selama dua tahun, jumlah toko meningkat pesat dari 11.000 menjadi 13.500. Alfamart meluncurkan toko virtual berbasis *Augmented Reality* bernama Alfamind pada 2016. Ini menjadi terobosan pertama di industri ini di Indonesia. Dari 2018 hingga 2020, jumlah gerai Alfamart di Filipina meningkat menjadi lebih dari 15.400 gerai. Aplikasi Alfagift diluncurkan pada 2019 untuk meningkatkan layanan pelanggan melalui penggabungan poin loyalitas dan fitur promo eksklusif. Pada 2021 – 2024 menunjukkan peningkatan yang luar biasa.

Perusahaan memasuki wilayah baru seperti Papua, Aceh, Bintan, Raja Ampat, dan banyak wilayah timur di Indonesia lainnya. Sementara jaringan toko SAPA terus berkembang menjadi lebih dari 3.000 toko, gudang distribusi baru dibangun di Lombok, Madiun, Tegal, Gorontalo, dan Luwu. Dengan lima pusat distribusi, jumlah gerai di Filipina telah melampaui 2.000. Pada tahun 2024, Alfamart akan memiliki lebih dari 20.000 gerai di Indonesia, merayakan 25 tahun kiprah perusahaan dalam melayani masyarakat.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk kini berkembang menjadi perusahaan ritel besar yang memiliki jangkauan operasi yang luas. Perusahaan mengembangkan produk *private label* Alfamart, menawarkan layanan pembayaran dan keuangan, dan membangun kerja sama strategis dengan berbagai mitra bisnis selain membangun jaringan gerai. Selain itu, perusahaan mengambil alih entitas anak seperti Lawson, Dan+Dan, dan Alfa Express, antara lain, yang semakin memperkuat posisi Alfamart sebagai pemain ritel terbesar di Indonesia.

1.2 Visi Misi Alfamart

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) sebagai perusahaan *ritel consumer goods* berbasis digital dari Indonesia didirikan tentunya dengan adanya visi dan misi yang kuat. Kini, visi dan misi Alfamart, yaitu:

1.2.1 Visi Alfamart

Menjadi jaringan distributor ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global (Alfamart, 2024).

1.2.2 Misi Alfamart

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 menumbuhkan-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.

1.3 Tata Nilai Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) memiliki lima *company values* yang menjadi dasar bagi seluruh karyawan dalam perusahaan. Adapun kelima *company values* tersebut, diantaranya:



Gambar 2. 2 Company Values PT Sumber Alfaria Trijaya
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

- *Integritas yang Tinggi*

Jujur, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan.

- *Inovasi Untuk Kemajuan yang Lebih Baik*

Kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus.

- *Kualitas dan Produktivitas yang Tertinggi*

Mampu menjalankan tugas serta fokus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.

- *Kerja Sama Tim*

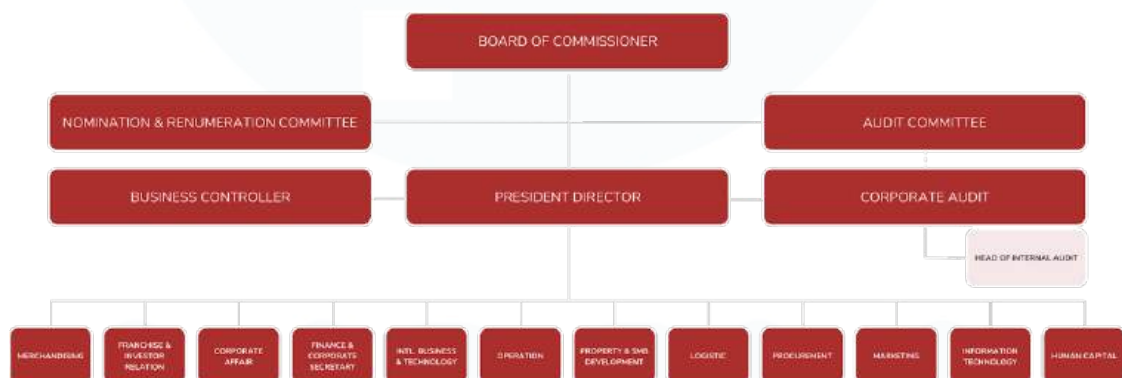
Terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.

- *Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Terbaik*

Berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang berusia 36 tahun. Banyak tenaga kerja telah berkontribusi pada kesuksesan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk selama bertahun-tahun beroperasi. Saat ini tercatat lebih dari 130.000 karyawan kantor dan toko di seluruh Indonesia. Tidak diragukan lagi, angka yang sangat besar membutuhkan struktur agar alur kerja menjadi lebih terorganisir dan memiliki jalan yang jelas untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Akibatnya, struktur organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk terdiri dari hal-hal berikut:



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya
(Sumber : Data Internal Perusahaan, 2025)

Skala perusahaan yang sudah sangat besar dengan pembagian departemen yang cukup kompleks juga bertujuan agar setiap pekerjaan itu bisa diselesaikan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, deskripsi pekerjaan singkat untuk masing-masing bagian diberikan di bawah ini:

- *Board of Commisioners*

Dewan Komisaris adalah dewan tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengawasi operasi Perseroan oleh Direksi secara keseluruhan atau khusus.

Selain itu, sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, Dewan Komisaris juga berhak memberikan saran kepada direksi.

- *Nomination & Remuneration Committee*

Komite Nominasi dan Remunerasi dibentuk oleh Dewan Komisaris dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi yang terkait dengan proses nominasi dan remunerasi bagi anggota Direksi dan Dewan Komisaris.

- *Audit Committee*

Komite Audit dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu meninjau laporan Direksi, menemukan masalah strategis, dan memastikan kinerja auditor dan pengendalian internal bekerja dengan baik. Komite juga bertanggung jawab untuk memeriksa keakuratan laporan keuangan yang diberikan kepada pemegang saham.

- *President Director*

Presiden Direktur berperan untuk memimpin arah strategis perusahaan, mengawasi pelaksanaan kebijakan, mendelegasikan wewenang kepada eksekutif, serta mewakili perusahaan di berbagai forum eksternal dan memimpin dewan direksi dalam pengambilan keputusan.

- *Business Controller*

Business Controller sangat penting untuk memastikan bahwa kinerja finansial dan operasional perusahaan tetap stabil dan memenuhi rencana strategis. Salah satu tanggung jawabnya adalah menyediakan data dan analisis untuk mengawasi potensi dan membantu manajer risiko dalam pengambilan keputusan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

- *Corporate Audit*

Auditor Perusahaan bertanggung jawab secara mandiri untuk mengawasi operasi internal perusahaan, termasuk penilaian tata kelola, kontrol internal,

dan risiko bisnis melalui perencanaan, implementasi, pelaporan, dan tindak lanjut yang perlu dilaporkan.

- *Merchandising*

Merchandising ritel berkonsentrasi pada strategi penempatan dan promosi produk untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan. Perencanaan produk, pengelolaan tampilan visual penetapan harga yang disesuaikan dengan keinginan supplier, dan evaluasi kinerja penjualan adalah tugas utamanya.

- *Franchise & Investor Relation*

Fokus utamanya adalah menjalin hubungan dengan investor dan mengelola kemitraan waralaba. Sementara franchise menangani pemberian hak bisnis kepada mitra, hubungan investor memastikan komunikasi yang transparan untuk mempertahankan kepercayaan investor.

- *Corporate Affair*

Departemen Corporate Affair harus mempertahankan citra dengan komunikasi strategis, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Semua tanggung jawabnya termasuk memantau hubungan publik, menerapkan program CSR, berkomunikasi dengan pemerintah dan investor, dan memberikan informasi perusahaan kepada publik dan media.

- *Finance & Corporate Secretary*

Finance & Corporate Secretary bekerja sama meskipun mereka bekerja sendiri. Keuangan berfokus pada perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan analisis keuangan serta pengelolaan risiko. Untuk saat ini, tanggung jawab sekretaris perusahaan adalah menjaga tata kelola perusahaan, berhubungan dengan pemegang saham, dan mengelola dokumen hukum perusahaan.

- *International Business & Technology*

Departemen ini berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi dan daya saing melalui pertumbuhan global dan inovasi teknologi. Mengembangkan dan menerapkan teknologi di berbagai lini operasional serta mengelola bisnis internasional adalah tugas utamanya.

- *Operation*

Divisi Operasional mengelola aktivitas harian di toko dan gudang untuk memastikan alur kerja yang efisien, dari distribusi barang hingga layanan pelanggan, sehingga mencapai target penjualan dan kepuasan konsumen.

- *Property & SMB Development*

Tim SMB Development dan Property mengelola asset properti perusahaan dan bekerja sama dengan UKM. Dia bertanggung jawab atas pengembangan proyek, manajemen properti, dan pendampingan mitra usaha untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan.

- *Logistic*

Dengan mengelola inventaris, pengadaan, transportasi, dan penyimpanan, divisi logistik memastikan alur distribusi barang dari pemasok ke konsumen berjalan lancar. Tujuannya adalah untuk mempertahankan ketersediaan produk, menekan biaya, dan meningkatkan daya saing perusahaan.

- *Procurement*

Procurement bertanggung jawab untuk memastikan kualitas, harga, dan waktu terpenuhi. Bagian ini membantu operasi dan efisiensi biaya perusahaan melalui perencanaan, seleksi pemasok, dan pengawasan proses pembelian dan inventaris.

- *Marketing*

Tim marketing melakukan riset pasar, segmentasi, dan promosi untuk meningkatkan penjualan dan membangun citra merek. Untuk mempertahankan daya saing mereka, mereka berkonsentrasi pada

komunikasi yang efektif, pengembangan produk yang sesuai dengan tren, dan menjaga loyalitas pelanggan.

- *Information Technology*

Departemen Information Technology (IT) bertugas memastikan semua sistem teknologi di perusahaan berjalan lancar, seperti pengaturan program pada komputer kasir, jaringan internet, dan keamanan data. Selain itu, mereka membuat penggunaan teknologi lebih mudah dan efisien dan membantu karyawan saat terjadi masalah teknis.

- *Human Capital*

Departemen Human Capital bertanggung jawab untuk mengelola karyawan dari rekrutmen hingga pelatihan dan pengembangan karier. Selain itu, mereka bertanggung jawab atas pengelolaan gaji, tunjangan, dan memastikan bahwa perusahaan mematuhi peraturan ketenagakerjaan.

