

BAB II

GAMBARAN UMUM PT SUMBER ALFARIATRIJAYA TBK

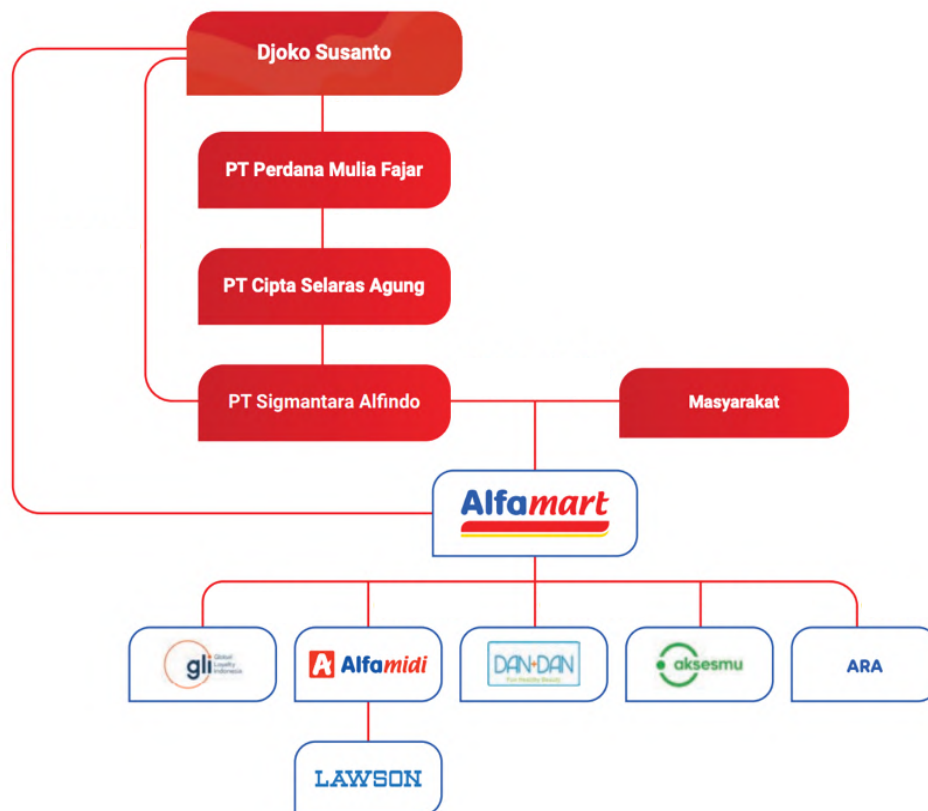
2.1 Tentang PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, yang lebih dikenal masyarakat dengan nama dagang Alfamart, merupakan salah satu jaringan ritel minimarket terbesar di Indonesia yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari secara mudah dan terjangkau. Keberadaan Alfamart tidak hanya dikenal sebagai tempat berbelanja, tetapi juga berkembang sebagai bagian dari kehidupan masyarakat melalui konsep toko yang dekat dengan lingkungan masyarakat dan mudah diakses.

Berdasarkan Annual Report PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (2025), perjalanan perusahaan bermula pada tahun 1989 ketika didirikan oleh Djoko Susanto bersama keluarganya dengan fokus awal pada bidang perdagangan dan distribusi. Seiring dengan perkembangan bisnis, perusahaan mulai mengidentifikasi peluang di sektor ritel modern dan kemudian memasuki usaha minimarket pada tahun 1999. Perkembangan signifikan terjadi pada tahun 2002 ketika perusahaan mengakuisisi gerai Alfaminimart dan melakukan *rebranding* menjadi “Alfamart”, yang menandai peralihan fokus usaha ke ritel minimarket serta menjadi awal pengembangan sistem waralaba yang kemudian berkembang sebagai salah satu pilar utama perusahaan.

Seiring pertumbuhan bisnis, Alfamart menjadi perusahaan terbuka dengan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009 melalui IPO dengan kode AMRT, yang memperkuat posisinya di industri ritel. Ekspansi Alfamart semakin berkembang pada tahun 2014 dengan memasuki pasar internasional, khususnya Filipina, melalui pendirian Alfamart Trading Philippines Inc. Pada periode ini, perusahaan juga memperluas jaringan distribusi dengan menambah gudang di berbagai daerah serta meningkatkan jumlah gerai menjadi lebih dari 9.800 unit. Perusahaan juga mulai mengembangkan inovasi digital, seperti peluncuran Alfacart pada tahun 2015 dan Alfagift pada tahun 2019 sebagai aplikasi untuk memudahkan pelanggan memperoleh informasi promo dan penawaran khusus.

Tidak berhenti di kawasan Asia Tenggara, Alfamart juga mulai memperluas jangkauan globalnya. Pada tahun 2025, perusahaan melakukan ekspansi ke Bangladesh melalui kerja sama internasional dengan mendirikan Alfamart Trading Bangladesh Limited. Gerai pertamanya resmi dibuka di Dhaka pada 27 Januari 2026. Ekspansi ini juga menjadi sarana untuk memperkenalkan produk-produk Indonesia ke pasar internasional.



Gambar 2.1 Struktur Grup PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Sumber: Annual Report Alfamart (2025)

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Alfamart didukung oleh struktur grup yang terdiri dari beberapa anak perusahaan dan entitas terkait. Kepemilikan perusahaan melibatkan pemegang saham utama, yaitu Djoko Susanto, serta masyarakat sebagai pemegang saham publik. Di bawah Alfamart, terdapat berbagai anak perusahaan yang bergerak di beberapa bidang, seperti ritel, kesehatan dan kecantikan, serta layanan digital dan loyalitas pelanggan. Struktur ini menunjukkan

bahwa Alfamart tidak hanya berfokus pada bisnis minimarket, tetapi juga mengembangkan usaha di berbagai sektor pendukung.

Pada tahun 2026, berdasarkan data kredensial perusahaan pada kuartal I, Alfamart telah memiliki jangkauan operasional yang luas, mencakup 29 provinsi, lebih dari 400 kota/kabupaten, dan lebih dari 3.200 kecamatan di seluruh Indonesia. Hingga saat ini, Alfamart mengelola lebih dari 21.000 gerai ritel dengan jumlah karyawan mencapai 175.364 orang. Capaian ini mencerminkan pertumbuhan yang positif serta memperkuat posisi Alfamart sebagai salah satu jaringan ritel terbesar di Indonesia.

2.2 Visi, Misi, dan Nilai-nilai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) menetapkan visi, misi, dan nilai-nilai sebagai landasan dalam menjalankan kegiatan usaha. Hal ini juga menjadi acuan perusahaan dalam menghadapi tantangan serta merencanakan pengembangan bisnis ke depan. Adapun visi, misi, dan nilai-nilai Alfamart yang dikutip dari Annual Report Alfamart 2024 adalah sebagai berikut.

VISI

Visi Alfamart adalah menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

MISI

Untuk mencapai visi atau tujuan perusahaan, diperlukan langkah-langkah yang terarah melalui penetapan misi. Berikut adalah 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 menumbuh 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.

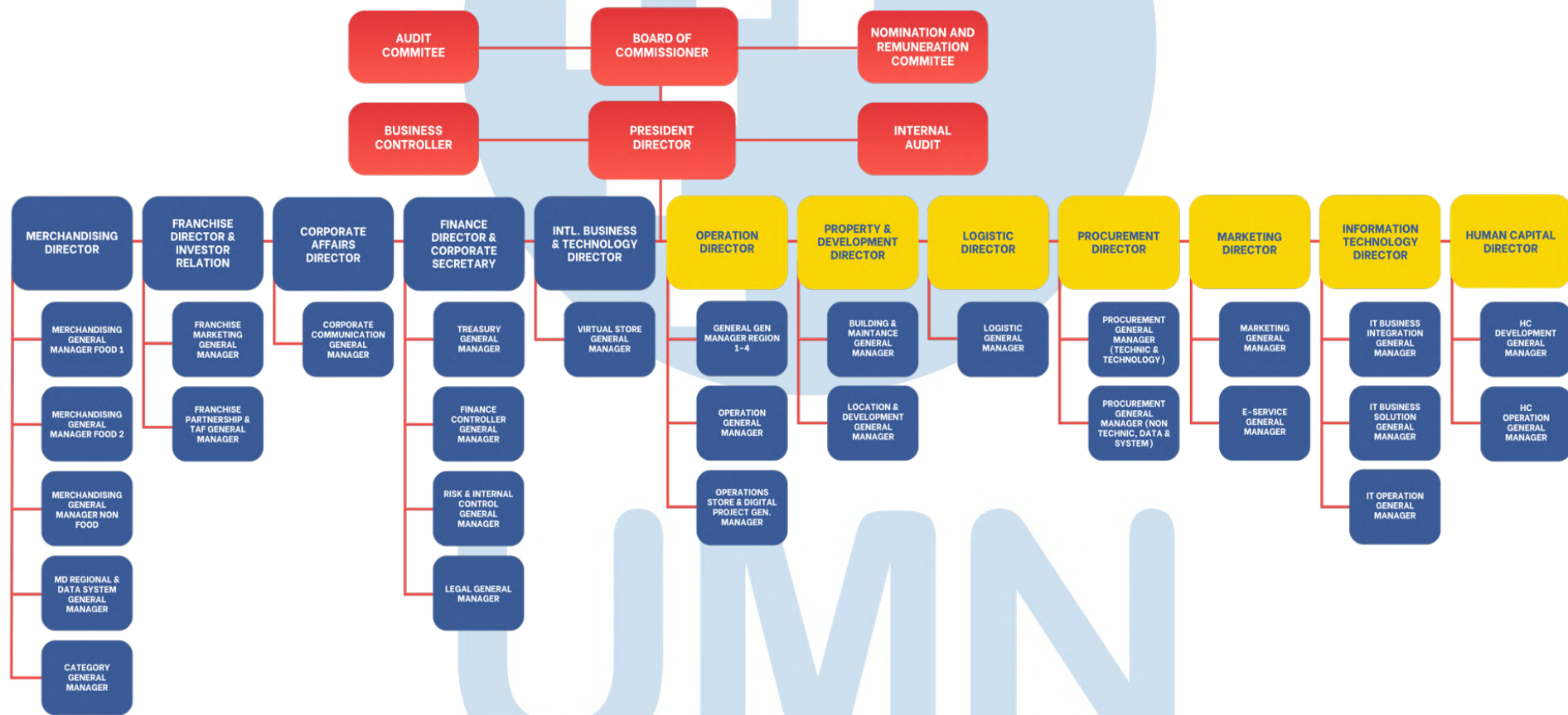
NILAI-NILAI

Alfamart juga menetapkan nilai-nilai perusahaan sebagai pedoman dalam bersikap dan bekerja. Nilai-nilai ini menjadi dasar dalam membangun budaya kerja di lingkungan perusahaan. Adapun Alfamart memiliki lima nilai utama, yaitu sebagai berikut:

1. **Integritas yang Tinggi**
Menjunjung tinggi kejujuran, kedisiplinan, dan konsistensi dalam bekerja, serta bertanggung jawab atas setiap tugas yang dijalankan berlandaskan etika.
2. **Inovasi untuk Kemajuan yang Lebih Baik**
Mendorong sikap kreatif serta berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan dalam cara kerja secara berkelanjutan.
3. **Kualitas dan Produktivitas yang Tertinggi**
Melaksanakan pekerjaan dengan optimal serta berorientasi pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.
4. **Kerja Sama Tim**
Berperan aktif serta berkontribusi dalam membangun semangat kebersamaan dan kekompakan dalam tim.
5. **Kepuasan Pelanggan melalui Pelayanan Terbaik**
Memiliki inisiatif tinggi dalam memahami kebutuhan pelanggan serta memberikan pelayanan yang optimal guna menciptakan kepuasan.

2.3 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Alfamart sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang telah beroperasi selama 26 tahun, memiliki struktur organisasi yang tertata dan terintegrasi dengan baik untuk mendukung jalannya operasional dan manajemen perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi perusahaan Alfamart.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Sumber: Olahan Penulis Berdasarkan Annual Report Alfamart (2026)

Struktur organisasi Alfamart disusun saling terhubung antarbagian, dimulai dari pimpinan tertinggi, yaitu *Board of Commissioner* yang berperan dalam melakukan pengawasan terhadap jalannya perusahaan serta memastikan setiap kebijakan yang diambil berjalan sesuai dengan prinsip tata kelola yang baik. Dalam pelaksanaannya, *Board of Commissioner* berhubungan dengan beberapa fungsi pengawasan dan pengendalian, seperti *Audit Committee*, *Nomination and Remuneration Committee*, *Business Controller*, *President Director*, serta *Internal Audit*, yang berperan dalam melakukan evaluasi, pengawasan, dan menjaga transparansi kinerja perusahaan.

Di bawah *President Director* terdapat *Board of Directors* yang bertanggung jawab dalam menjalankan dan mengelola kegiatan operasional perusahaan. Pada tingkat ini, pengelolaan perusahaan dibagi ke dalam beberapa divisi sesuai dengan fungsi masing-masing. Setiap divisi kemudian dipimpin oleh *General Manager* yang bertanggung jawab dalam mengatur kegiatan di bidangnya. Berikut adalah pembagian divisi di Alfamart mengacu pada informasi yang diperoleh dari *website* resmi Alfa Karir.

A. Divisi *Merchandising*

Divisi *Merchandising* bertanggung jawab dalam pengelolaan produk, mulai dari pembelian, riset, standarisasi barang dagangan, hingga menjalin kerja sama dengan pemasok untuk memastikan produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pasar.

B. Divisi *Franchise*

Divisi ini berperan dalam mengelola dan mengembangkan jaringan toko waralaba, serta memastikan operasionalnya berjalan sesuai standar dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan bisnis perusahaan.

C. Divisi *Corporate Affairs*

Divisi ini berperan dalam membangun serta menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal, seperti publik dan pemerintah, sekaligus menjaga citra dan reputasi perusahaan.

D. Divisi *Finance*

Divisi *Finance* bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk perencanaan pemasukan dan pengeluaran guna menjaga stabilitas keuangan serta mendukung keberlangsungan bisnis.

E. Divisi *International Business & Technology*

Divisi ini berfokus pada pengembangan bisnis digital serta ekspansi usaha ke tingkat internasional, sekaligus memanfaatkan teknologi untuk mendukung inovasi dan pengembangan bisnis perusahaan.

F. Divisi *Operation*

Divisi ini berfokus pada pelaksanaan kegiatan operasional utama perusahaan, termasuk pencapaian target operasional serta pengelolaan berbagai jenis gerai, seperti toko reguler maupun format lainnya, sekaligus memastikan operasional di tingkat cabang berjalan dengan baik.

G. Divisi *Property & Development*

Divisi *Property & Development* berfokus pada pengembangan jaringan bisnis melalui ekspansi wilayah serta pengelolaan aset properti, termasuk pembangunan, perawatan, dan pemeliharaan gerai, kantor, dan gudang.

H. Divisi *Logistic*

Divisi ini berperan dalam mengatur alur distribusi barang, mulai dari pengadaan, penyimpanan, hingga pengiriman ke seluruh gerai, sehingga ketersediaan produk tetap terjaga dan proses penyaluran berjalan efisien.

I. Divisi *Procurement*

Divisi *Procurement* menangani proses pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan perusahaan, termasuk memastikan ketersediaan produk untuk mendukung operasional dan kegiatan penjualan.

J. Divisi *Marketing*

Divisi *Marketing* berperan dalam membangun hubungan dengan pelanggan melalui berbagai aktivitas pemasaran, seperti *branding*, promosi, periklanan, serta interaksi dengan konsumen.

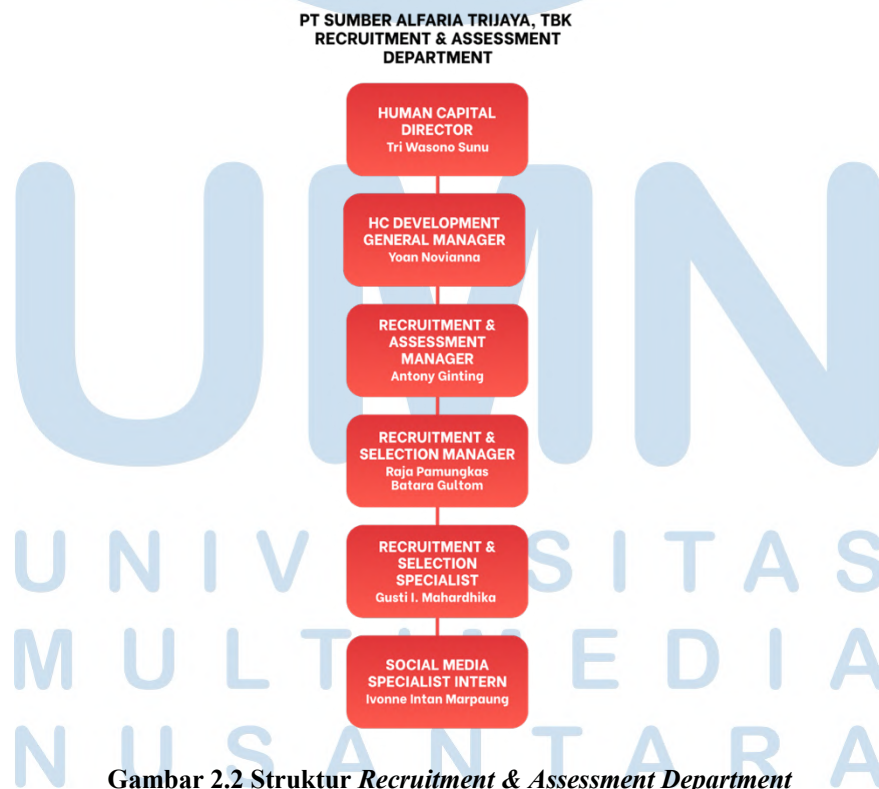
K. Divisi *Information Technology*

Divisi ini bertanggung jawab dalam pengelolaan, pengembangan, dan optimalisasi sistem teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan operasional dan bisnis perusahaan.

L. Divisi *Human Capital*

Divisi ini mengelola seluruh aspek SDM, mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga pengembangan karyawan, dengan tujuan mengoptimalkan potensi dan kinerja tenaga kerja di perusahaan.

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, penulis melaksanakan kegiatan magang pada Divisi *Human Capital* sebagai *Social Media Specialist Intern*, dengan penempatan pada Departemen *Recruitment & Assessment*. Informasi mengenai posisi, peran, dan tanggung jawab dalam departemen tersebut diperoleh melalui wawancara singkat dengan Pretty Cahya Hermawan selaku *Recruitment & Selection Specialist*. Adapun penjabaran mengenai posisi, peran, dan tanggung jawab dalam Departemen *Recruitment & Assessment* adalah sebagai berikut.



Gambar 2.2 Struktur *Recruitment & Assessment Department*

Sumber: Olahan Penulis Berdasarkan Kredensial Perusahaan (2026)

A. *Human Capital Director*

Human Capital Director atau Direktur Sumber Daya Manusia merupakan pimpinan tertinggi dalam Divisi *human capital* yang bertanggung jawab dalam merumuskan strategi pengelolaan SDM secara menyeluruh. Posisi ini memastikan bahwa seluruh kebijakan dan program SDM selaras dengan visi, misi, serta tujuan bisnis perusahaan. Selain itu, Direktur juga melakukan pengawasan terhadap seluruh fungsi di bawahnya, termasuk pengembangan, operasional, serta rekrutmen dan seleksi karyawan.

B. *Human Capital Development General Manager*

Human Capital Development General Manager bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola program pengembangan karyawan. Perannya meliputi penyusunan program pelatihan, pengembangan kompetensi, serta perencanaan jenjang karier karyawan. Posisi ini juga memastikan ketersediaan SDM yang berkualitas dan siap mendukung kebutuhan perusahaan di masa mendatang.

C. *Recruitment & Assessment Manager*

Recruitment & Assessment Manager bertanggung jawab dalam mengelola keseluruhan proses rekrutmen dan penilaian kandidat. Perannya meliputi perencanaan kebutuhan tenaga kerja, pengawasan proses seleksi, serta memastikan kesesuaian antara kualifikasi kandidat dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu, posisi ini juga berperan dalam mengembangkan metode *assessment* untuk meningkatkan kualitas proses seleksi, serta mendukung pemenuhan kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan baik di kantor pusat maupun cabang.

D. *Recruitment & Selection Manager*

Recruitment & Selection Manager berfokus pada pelaksanaan strategi rekrutmen secara teknis. Posisi ini bertanggung jawab dalam mengatur proses pencarian kandidat, melakukan koordinasi dengan pihak terkait, serta memastikan seluruh tahapan seleksi berjalan secara efektif dan efisien di tingkat nasional. Selain itu, posisi ini juga melakukan evaluasi terhadap metode rekrutmen yang digunakan.

E. *Recruitment & Selection Specialist*

Posisi ini bertanggung jawab dalam menjalankan proses rekrutmen, mulai dari peninjauan dan seleksi awal lamaran, pelaksanaan wawancara, hingga koordinasi dengan kandidat selama proses seleksi berlangsung. Selain itu, peran ini juga memastikan seluruh tahapan seleksi berjalan sesuai jadwal, kebutuhan user, serta standar operasional yang berlaku, sehingga kebutuhan tenaga kerja perusahaan dapat terpenuhi secara efektif dan efisien, sekaligus memberikan pengalaman yang baik bagi kandidat.

F. *Social Media Specialist Intern*

Posisi *Social Media Specialist Intern* berperan dalam mendukung kegiatan *employer branding* perusahaan melalui pengelolaan media sosial Alfa Karir, khususnya dalam konteks rekrutmen dan komunikasi kepada calon kandidat. Dalam pelaksanaannya, tanggung jawab yang dilakukan meliputi penyusunan *content planning* sesuai kebutuhan rekrutmen dan karakteristik audiens, pembuatan *content brief*, hingga proses produksi dan publikasi konten.

Posisi ini juga melakukan pemantauan kinerja konten berdasarkan data seperti jumlah interaksi, jangkauan, dan pertumbuhan *followers*, serta melakukan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas konten. Selain itu, posisi ini juga melakukan interaksi dengan audiens dengan merespons *direct message* (DM) dan komentar pada media sosial Alfa Karir. Seluruh proses dilaksanakan di bawah arahan dan bimbingan supervisor agar tetap sesuai dengan standar perusahaan.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A