



PROPOSAL PENAWARAN WARALABA ALFAMART



PROFIL
ALFAMART



KERJASAMA
WARALABA



PROGRAM
UNGGULAN

Daftar Isi

DAFTAR ISI	3
PERKEMBANGAN INDUSTRI RITEL INDONESIA	4
INDUSTRI WARALABA	5
PROFIL PERUSAHAAN ALFAMART	7
KONSUMEN DAN SEBARAN GERAJ	8
TIPE GERAJ	9
PERTUMBUHAN GERAJ DAN KANTOR CABANG	10
KERJASAMA WARALABA	11
PERTUMBUHAN GERAJ WARALABA	12
PERSYARATAN KERJASAMA	12
TIPE KERJASAMA	13
POLA KERJASAMA	15
BIAYA ROYALTI	17
PENGEMBANGAN PROGRAM UNGGULAN	19
KEUNGGULAN GERAJ ALFAMART	20
KISAH SUKSES <i>FRANCHISEE</i> GERAJ ALFAMART	26



Published by PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (2024)

Layout by Digital Learning Alfamart

Perkembangan Industri Ritel Indonesia

Bisnis Ritel ini merupakan salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk keperluan bisnis.



Berdasarkan *Nielsen Retail Audit*, industri ritel di Indonesia tetap mampu bertumbuh dan berkembang secara signifikan di hampir seluruh saluran distribusi ritel yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli masyarakat pada seluruh kelas industri ritel meningkat. Jika melihat kepada salah satu saluran distribusi ritel yang sangat berkembang dengan baik yaitu di kelas minimarket terdapat pertumbuhan pangsa pasar yang signifikan ketimbang kelas lainnya. Salah satu pelaku industri ritel di kelas minimarket yang berkembang baik beberapa tahun belakangan meskipun persaingan di lini bisnis ini sangat sengit dan ketat yaitu Alfamart.

Industri Waralaba

Pengertian dari Waralaba yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/ atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/ atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba (PP No.16/1997). Konsep kerjasama waralaba memiliki 2 prinsip yang harus dipegang teguh oleh kedua belah pihak, pemberi waralaba (Franchisor) dan penerima waralaba (Franchisee) yaitu kerjasama ini harus dilandasi dengan Saling Percaya dan Saling Menguntungkan.

Konsep kerjasama Waralaba memiliki sejumlah keistimewaan dibandingkan dengan konsep kerjasama lainnya, diantaranya:



Merek sudah dikenal luas



Duplikasi bisnis sudah mapan



Pengalaman dan keahlian *Franchisor*



Dukungan dan pendampingan kerjasama



Franchisee tinggal menjalankan SOP
(*Standard Operating Procedure*)

Waralaba **V/S** Usaha Sendiri



Merek Dagang

Merek sudah dikenal

Mebutuh waktu untuk mengenalkan merek



Produk

Produk sudah dikenal

Butuh waktu mengembangkan reputasi produk



Lokasi

Mendapat bantuan dari *Franchisor* dalam memilih lokasi

Bebas memilih lokasi



Pelatihan

Mendapat pelatihan cara menjalankan bisnis waralaba

Tidak mendapatkan pelatihan



Bisnis Teruji

Mendapat metode bisnis yang telah terbukti

Metode bisnis tergantung ide anda, dan belum teruji



Promosi Bersama

Melakukan promosi bersama

Tidak ada promosi bersama



Sumber

Franchisor yang menentukan pemasok

Bebas mencari dan menemukan pemasok



Kepemilikan

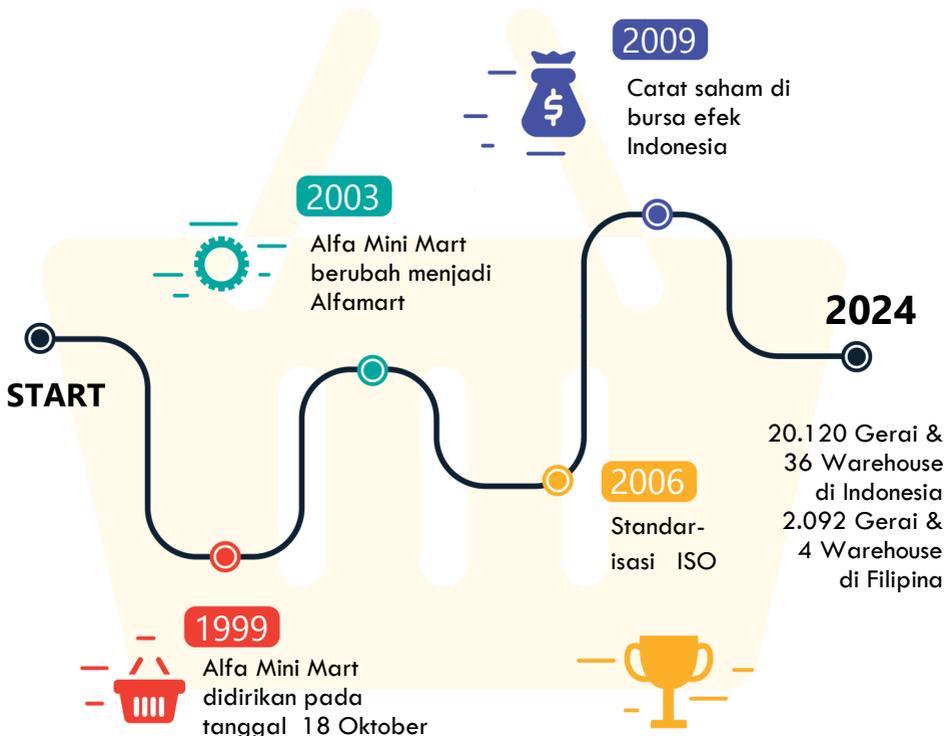
Terikat perjanjian dengan *Franchisor*

Bebas menjual, menutup atau apapun



Profil Alfamart

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (SAT) berawal pada tahun 1989 dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh pendiri, yaitu Djoko Susanto. Pada tahun 1999 usaha tersebut beralih ke bidang usaha minimarket yang diawali melalui PT Alfa Mitramart Utama dan menjadi fokus bisnis utama yang terus berlanjut hingga saat ini.



Konsumen & Sebaran Gerai

Bisnis Ritel ini merupakan salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk keperluan bisnis. Target pasar Alfamart dapat dikelompokkan menurut 2 perspektif, yaitu:

PSIKOGRAFIS

Hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumen



Swalayan, kenyamanan, pelayanan yang ramah dan bersahabat

DEMOGRAFIS

Ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat (usia, jenis kelamin, dll)



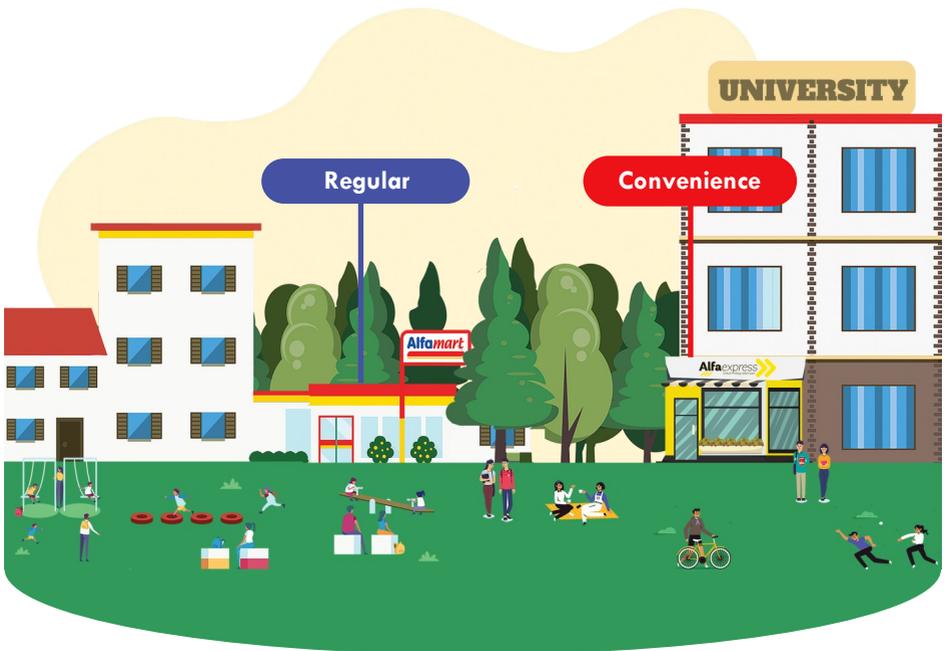
Wanita/ibu rumah tangga, anak-anak, kelas ekonomi menengah (SES B dan C)

Alfamart saat ini tersebar di beragam area target pasar calon konsumen, yaitu:

1. Area perumahan
2. Kampus/ sekolah
3. Rumah sakit
4. Tempat wisata
5. Stasiun
6. SPBU
7. Apartemen
8. Kawasan industri
9. Perkantoran
10. Bandara
11. Pusat Perbelanjaan
12. Hotel

Tipe Gerai

Alfamart saat ini memiliki beberapa tipe gerai untuk memenuhi kebutuhan pasar calon konsumen yang semakin beragam di sebaran gerai Alfamart, yaitu:



1. Gerai Regular

Merupakan gerai Alfamart yang berada di kawasan pemukiman penduduk.

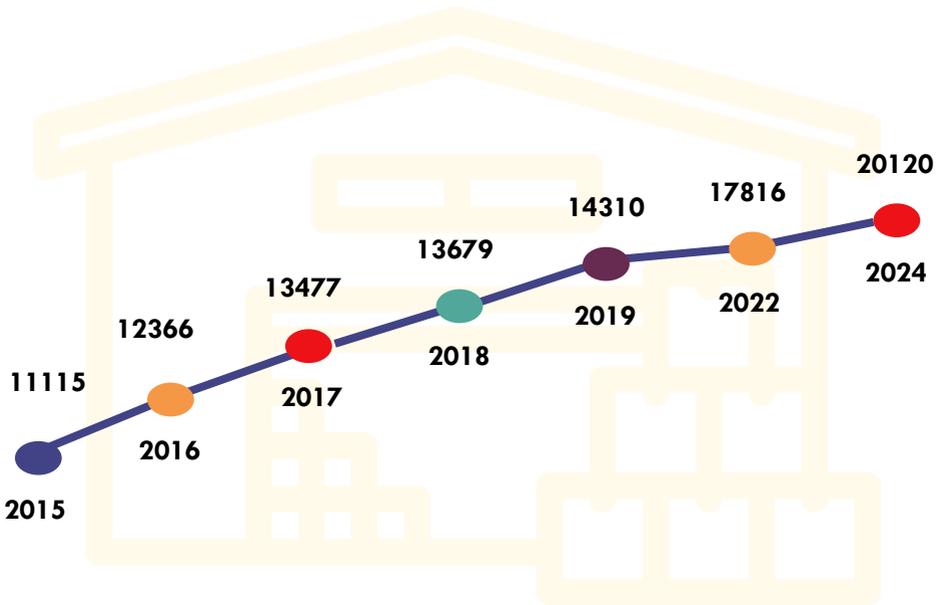
2. Gerai Convenience

Merupakan gerai Alfamart yang berada di *special/ specific* location seperti perkantoran, kampus dll

Pertumbuhan Gerai & Kantor Cabang

Semenjak didirikan di tahun 1999, gerai Alfamart terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, pertumbuhan ini sebagai wujud terus meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada Alfamart.

Semakin meluasnya permintaan masyarakat Indonesia terhadap kehadiran gerai Alfamart memaksa kami untuk terus melakukan ekspansi ke daerah baru dengan terus membuka Kantor Cabang dan Warehouse di seluruh penjuru negeri yang hingga kini yang sudah berjumlah 32 Warehouse.



Kerjasama Waralaba

Sejalan dengan Visi Alfamart yaitu menjadi jaringan distribusi ritel yang dimiliki oleh masyarakat luas, Alfamart menawarkan skema kerjasama waralaba yang dirancang khusus bagi pengusaha kecil dan menengah. Para pengusaha kecil dan menengah merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, khususnya selama krisis 1997 yang dimana tetap memiliki potensi hingga saat ini. Visi dan Misi Alfamart adalah mengembangkan bisnis distribusi ritel secara agresif melalui kerjasama yang menguntungkan dengan para pengusaha kecil dan menengah.

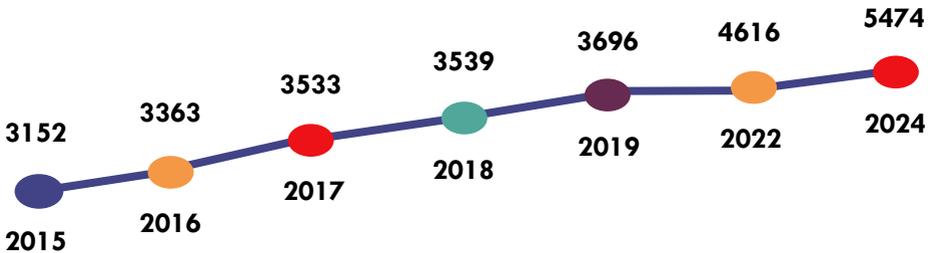
Gerai minimarket Alfamart adalah usaha minimarket yang dimiliki dan dioperasikan berdasarkan kesepakatan waralaba dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, selaku pemegang merk Alfamart dengan moto “Belanja Puas, Harga Pas”. Model bisnis Alfamart adalah menjual kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan berlokasi di sekitar wilayah perumahan, perkantoran ataupun fasilitas umum. Strategi tersebut menjadi daya tarik bagi konsumen dari berbagai lapisan demografi.

Skema waralaba menawarkan peluang untuk bergabung dengan operator-operator gerai ritel yang berpengalaman, dengan keberhasilan yang telah terbukti dan pengalaman di tingkat nasional, yang siap bekerjasama dengan semua calon terwaralaba untuk mengembangkan pasar. Dalam skema tersebut, dukungan yang diberikan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk mencakup:

1. Merek Alfamart yang telah dikenal luas
2. Kemampuan *merchandising* dan pemasaran
3. Tata kelola bisnis ritel yang telah terbukti, meliputi pengadaan karyawan, operasional, perpajakan dan pelaporan keuangan (bulanan dan tahunan), serta asuransi gedung dan barang pengadaan
4. Sistem Teknologi Informasi (TI) Alfamart yang menyeluruh
5. Sistem logistik dan manajemen persediaan
6. Bisnis pelanggan dari *Membership*

Pertumbuhan Gerai Waralaba

Semenjak kerjasama waralaba ditawarkan di tahun 2001, gerai kerjasama waralaba Alfamart terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, pertumbuhan ini sebagai wujud terus meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi di Alfamart.



Persyaratan Kerjasama

1. Minat industri minimarket
2. WNI → Badan usaha (CV, Yayasan & Koperasi)
3. Lokasi luas 50 s.d 250 M²
4. Dana investasi
5. Memenuhi persyaratan perizinan
6. Mengikuti sistem & Prosedur Alfamart

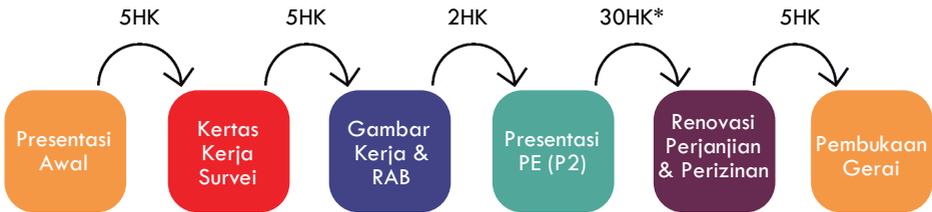


Tipe Kerjasama

Tipe kerjasama waralaba yang ditawarkan oleh Alfamart ada 3 macam, yang pertama adalah skema gerai baru dimana Franchisee mengajukan usulan lokasi untuk pembukaan gerai baru. Skema kedua adalah skema gerai baru – konversi dimana Franchisee mengajukan usulan lokasi yang masih berupa toko kelontong/ minimarket untuk di kembangkan menjadi gerai Alfamart. Sedangkan skema ketiga adalah skema gerai take over, dimana Franchisee mengambil alih kepemilikan gerai milik Alfamart yang sudah berjalan.

1. Gerai Baru

Franchisee dapat memilih tipe gerainya sesuai dengan luasan lahan yang dimiliki. Ada beberapa tipe yang ditawarkan, yaitu tipe 9 rak, 18 rak, 36 rak dan 45 rak.



*tergantung bentuk lokasi (ruko/kios = 1 s.d. 1,5 bulan; tanah kosong = ± 3 bulan)

Berikut ini perkiraan investasi untuk gerai Alfamart dengan area penjualan seluas 30 m² hingga 100 m².

Tipe Gerai	Produk	Area Sales	Investasi*
9 Rak	1200	30 m ²	300 Juta
18 Rak	1600	60 m ²	350 Juta
36 Rak	3800	80 m ²	450 Juta
45 Rak	4500	100 m ²	500 Juta

*Nilai investasi di luar property dan dapat berubah sesuai kondisi pada saat proses pembukaan gerai

Investasi awal tersebut mencakup:

- 1 Franchise fee 45 juta untuk 5 tahun
- 2 Instalasi kelistrikan
- 3 Peralatan gerai dan *air conditioner*
- 4 Sistem informasi ritel
- 5 Shop sign dan sign pole
- 6 Perijinan gerai
- 7 Promosi dan persiapan pembukaan gerai

2. Gerai Baru - Konversi

Program Konversi menawarkan kerjasama waralaba kepada pemilik toko minimarket lokal/ kelontong/ yang ingin mengembangkan usahanya.



Alfamart memberikan 2 (dua) kemudahan bagi para pemilik yang mengikuti program ini yaitu:

1. Pengakuan barang dagangan milik toko minimarket lokal/ kelontong sebagai barang dagangan untuk stok pembukaan gerai waralaba Alfamart.
2. Rak milik toko minimarket lokal/ kelontong/ dapat digunakan dan diakui sebagai pengurang biaya investasi (*kriteria rak harus sesuai dengan standar rak gerai Alfamart).

3. Gerai Take Over

Alfamart juga menawarkan “Paket ambil alih” (Take Over), dimana calon Franchisee dapat mengambil alih gerai milik Alfamart yang telah beroperasi dengan baik.

Presentasi
Proposal

Kesepakatan
Pembelian

Pemindahan
Perizinan

Perjanjian
Kerjasama

Take Over

Biaya investasi sudah termasuk biaya sewa bangunan untuk 5 tahun, Franchise fee 45 juta untuk 5 tahun, peralatan gerai dan goodwill.

Pola Kerjasama



Pengelolaan Toko

Mengelola toko ritel modern memiliki tantangan tersendiri. Oleh karena itu, Penerima Waralaba Alfamart dapat mengajukan permohonan bantuan pengelolaan gerai kepada Pemberi Waralaba Alfamart. Bantuan ini diberikan sesuai ketentuan dalam Perjanjian Waralaba maupun Perjanjian Bantuan Operasional

Standar Operating Procedure (SOP)

Franchisee mengikuti dan akan mematuhi segala Standarisasi dan Kebijakan Alfamart dalam hal kerjasama waralaba dan pengelolaan toko.

Arus Kas

Hasil penjualan disetor setiap hari ke rekening Bank (Escrow Account).

Hasil penjualan hanya dipakai untuk pembiayaan arus kas toko Franchisee.

Penarikan dana dari Escrow Account dilakukan oleh Alfamart saja.

Jasa giro & pendapatan lain-lain sepenuhnya menjadi hak Franchisee.

Setiap selesai tutup bulan, Franchisee dapat men-download laporan keuangan (Financial Report).

Franchisee dikenakan Biaya Administrasi sebesar Rp 1.200.000,-/ bulan

Pembayaran kelebihan arus kas tahap pertama setelah 6 bulan, selanjutnya per-3 bulanan.

Barang Dagangan

Barang dagangan akan dipasok dari Alfamart dan akan dibayarkan sesuai jatuh temponya (Hutang Dagang).

Barang dagangan tetap menjadi milik Alfamart hingga Hutang Dagang atas Barang Dagangan tersebut dibayarkan.

Jenis barang, harga jual, display, stock level dan promosi ditentukan oleh Alfamart.

Biaya Operasional

Semua biaya operasi harus mengikuti kebijakan dan SOP Alfamart.

Ketentuan dalam hak karyawan mengacu pada ketentuan Kementerian Tenaga Kerja RI.

Perijinan & Perpajakan Toko Alfamart sesuai dengan ketentuan Pemerintah.

Kontrak, Royalti & Biaya Perpanjangan

Membayar Franchise Fee Rp 45 Juta untuk masa kontrak selama 5 th.

Skema Royalti mulai ditarik Alfamart bila penjualan diatas Rp 150 Juta (Gerai Regular) dan 50 Juta (Gerai Specific).

Kontrak & Perpanjangan kelipatan 5 tahun.

Biaya Royalti

Royalti yang dibayarkan ke Alfamart dihitung secara progresif, tergantung kepada jumlah penjualan bersih bulanan gerai yang bersangkutan dan tidak termasuk pajak.

Biaya Royalti Gerai Regular Nasional (kecuali Jabodetabek, Karawang, Serang & Sidoarjo)			Ilustrasi *	
			<i>Penjualan Bersih Rp. 300.000.000,-/ bulan</i>	
Penjualan Bersih (Rp)		%	Hitung	Sub Total
0	s.d 150.000.000	0	150.000.000 x 0%	0
150.000.001	s.d 175.000.000	1	25.000.000 x 1%	250.000
175.000.001	s.d 200.000.000	2	25.000.000 x 2%	500.000
200.000.001	s.d 250.000.000	3	50.000.000 x 3%	1.500.000
250.000.001	<	4	50.000.000 x 4%	2.000.000
			Total	4.250.000

Biaya Royalti Gerai Regular Jabodetabek, Karawang, Serang & Sidoarjo			Ilustrasi *	
			<i>Penjualan Bersih Rp. 300.000.000,-/ bulan</i>	
Penjualan Bersih (Rp)		%	Hitung	Sub Total
0	s.d 200.000.000	0	200.000.000 x 0%	0
200.000.001	s.d 225.000.000	2	25.000.000 x 2%	500.000
225.000.001	s.d 275.000.000	3	50.000.000 x 3%	1.500.000
275.000.001	<	4	25.000.000 x 4%	1.000.000
			Total	3.000.000

Biaya Royalti

Biaya Royalti Gerai Specific				Ilustrasi	
Penjualan Bersih (Rp)		%		Hitung	Sub Total
0	s.d 50.000.000	0		$50.000.000 \times 0\%$	0
50.000.001	s.d 100.000.000	1		$50.000.000 \times 1\%$	500.000
100.000.001	s.d 200.000.000	2		$50.000.000 \times 2\%$	1.000.000
200.000.001	s.d 300.000.000	3			
300.000.001	<	4			
				Total	1.500.000

* Ilustrasi Penjualan Bersih Rp. 150.000.000,-/ bulan

Pengembangan Program Unggulan

Dengan telah hadirnya ribuan gerai kerjasama waralaba Alfamart dan ratusan ribu peminat kerjasama waralaba kami menyadari kebutuhan masyarakat untuk berinvestasi di industri minimarket khususnya gerai Alfamart kian berkembang pesat.

Kebutuhan khusus dari gerai Alfamart yang sifatnya segmented tersebut pun memiliki pangsa pasarnya tersendiri oleh karenanya kami pun mengembangkan beragam program unggulan yang menjadi value added atau daya tarik tersendiri dengan program yang sudah ditawarkan sebelumnya. Beberapa program unggulan yang telah dihasilkan diantaranya program gerai baru – konversi, profit sharing, sewa alih usaha dan lain sebagainya. Beragam program unggulan ini bersifat terbatas dan memiliki prasyarat maupun ketentuannya masing-masing.



Keunggulan Gerai Alfamart

Potensi Pendapatan Lain-lain

Alfamart sebagai *Grocery Store* memiliki indikator penilaian terhadap suatu lokasi berdasarkan akses, keadaan lingkungan, arus lalu lintas, perkembangan pembangunan

Tak jarang keberadaan minimarket di sebuah daerah, dengan penentu lokasi yang sesuai pada akhirnya menciptakan keramaian baru sehingga ikut memberikan peluang bagi para pengusaha lain untuk dapat memanfaatkan keramaian tersebut. Alfamart sendiri telah memfasilitasi banyak pengusaha kecil melalui skema sewa *tenant*, skema ini kemudian mendatangkan potensi pendapatan tambahan untuk gerai Alfamart.



Selain itu pentingnya visibilitas produk bagi para produsen juga dimanfaatkan sebagai salah satu sumber pendapatan lain-lain. Keinginan para produsen untuk menempatkan produk-produknya di tempat yang paling strategis kemudian juga di fasilitasi oleh Alfamart melalui skema sewa, hal ini dikarenakan tempat *display* yang strategis dalam sebuah gerai tentunya tidak sebanyak *display* regular.



Potensi pendapatan lain-lain baik dari sewa tenant ataupun display tidaklah kecil dan di Alfamart pendapatan ini sepenuhnya menjadi hak pemilik dalam hal ini adalah *Franchisee*.



Prestasi

Seiring bertambahnya usia Alfamart, hampir seluruh penghargaan bergengsi dalam pengenalan merek di tanah air sudah diterima Alfamart. Hal ini menjadi bukti jutaan pelanggan setia setiap harinya memilih gerai Alfamart dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka.

Jangkauan Luas

Sampai dengan saat ini Alfamart telah menjangkau seluruh daerah Pulau Jawa dan Bali, Pulau Sumatera, Sulawesi Selatan dan Utara di Pulau Sulawesi dan Pulau Kalimantan di daerah Kalimantan Selatan dan Barat. Alfamart pun sudah secara aktif melakukan ekspansi ke beberapa wilayah di Asia seperti di Filipina.

Persebaran Gerai Alfamart & Kantor Cabang di Indonesia



Alfamart Payment Point

Inovasi yang terus menerus dilakukan Alfamart demi kemudahan pelanggannya menjadikan Alfamart sebagai minimarket utama pilihan masyarakat. Inovasi yang dilakukan diantara, berbagai macam alat pembayaran dapat diterima di Alfamart termasuk pembayaran via HP dan pelanggan dapat dengan mudah melakukan pembayaran/ pembelian beragam transaksi di Alfamart. Transaksi tersebut diantaranya, reservasi tiket pesawat, reservasi tiket kereta api, tagihan listrik, air, telpon, internet, TV berlangganan, HP, voucher listrik dan HP, langganan koran, majalah dan tabloid, penarikan dan pengiriman uang, pembayaran cicilan sepeda motor dan elektronik, dan voucher belanja elektronik.



Corporate Social Responsibility Terpadu

Beragam kegiatan yang tergabung dalam program Alfamart 4 All secara rutin di gelar oleh Alfamart melibatkan lembaga terpercaya dan masyarakat pecinta dan pelanggan gerai Alfamart. Alfamart 4 All mencakup beberapa kegiatan utama yaitu Alfamart SMEs, Alfamart Smart, Alfamart Care, Alfamart Clean and Green, Alfamart Sport dan Alfamart Vaganza.

Community Store

Kami berupaya mewujudkan Alfamart menjadi “a True Community Store” yang menjadi dasar filosofi kegiatan kami dalam memberikan layanan yang cepat berkualitas dan aksesibilitas yang mudah bagi pelanggan di sekitar gerai.

Gerai Pilihan Belanja



- Harga kebutuhan pokok sehari-hari yang terjangkau
- Pelayanan yang memuaskan
- Suasana yang nyaman
- Lokasi yang dekat dan mudah dijangkau masyarakat

Zona Komunitas (lantai 2 gerai)



- Arisan
- Rapat warga
- Tempat belajar anak-anak
- Demo produk, demo masak
- Tempat sosialisasi

Informasi Komunitas



- Informasi kesehatan
- Pengumuman pengurus lingkungan
- Informasi jual beli dan sewa
- Informasi promosi

Nilai Tambah Bagi Komunitas



- Payment Point
- E – Services
- Pengetahuan produk
- Kesempatan magang

Jutaan Pelanggan Setia Alfamart

Pelanggan setia adalah asset yang berharga, jutaan masyarakat sudah tergabung dalam keanggotaan pelanggan setia Alfamart.

Kisah Sukses Franchisee Alfamart

Apa kata mereka ?

“Setelah melalui beberapa pertimbangan dengan usaha Franchise sejenis, Saya memilih Alfamart. Setelah berjalan beberapa tahun, Saya melihat bahwa pilihan Saya sangat tepat, prospeknya sangat bagus. Walaupun pasang surut kerap terjadi, namun Alfamart tetap berusaha semaksimal mungkin agar *Franchisee Happy*”

Siti Khadijah

“Awalnya sempat ragu memilih Alfamart, karena merupakan dunia yang berbeda dari pekerjaan Saya. Setelah dipelajari, ternyata bisnis ini merupakan investasi jangka panjang yang baik. Hingga akhirnya, Saya membuka Alfamart pertama di tahun 2008 dan hingga saat ini telah memiliki beberapa gerai. Sejak awal hingga saat ini, tidak selamanya bisnis Saya berjalan dengan baik. Ada kendala, ada resiko. Tapi Saya sangat terbantu oleh kinerja baik Alfamart dan seluruh timnya. Sehingga semua dapat Saya lalui dengan baik ”

Ryan





PROPOSAL PENAWARAN
WARALABA ALFAMART
PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk