

Djoko Susanto: Dari Kios Sederhana ke Kerajaan Ritel Alfamart

Updates. - WARTAWAN.ORG

Jul 23, 2025 - 08:25



Djoko Susanto

PENGUSAHA - Siapa sangka, di balik setiap kunjungan Anda ke Alfamart, tersembunyi sebuah kisah perjalanan luar biasa. Bukan sekadar deretan toko kelontong modern, melainkan buah dari visi dan kerja keras Djoko Susanto, seorang pengusaha yang memulai segalanya dari sebuah kios sederhana. Kisahnya adalah peta harta karun berisi pelajaran berharga tentang kegigihan, keberanian berinovasi, dan kemampuan mengelola bisnis dalam skala raksasa.

Artikel ini akan membongkar strategi jitu yang ia terapkan, memberikan Anda inspirasi nyata untuk bisnis Anda sendiri.

Kita akan selami bagaimana Djoko Susanto piawai menangkap peluang di sektor ritel modern Indonesia. Memahami setiap langkah pengambilan keputusannya akan membuka wawasan baru, memungkinkan Anda mengadaptasi metode serupa untuk mengembangkan usaha yang Anda kelola. Pada akhirnya, Anda akan menyadari bahwa kesuksesan gemilang bukanlah hasil kebetulan semata, melainkan perpaduan harmonis antara visi yang tajam dan eksekusi yang disiplin.

Lahir di Jakarta pada tahun 1950, Djoko Susanto tumbuh dalam keluarga sederhana yang menjunjung tinggi etos kerja keras. Sejak belia, ia sudah akrab dengan kehidupan di kios rokok orang tuanya di Pasar Arjuna. Pengalaman langsung di lapangan inilah yang menempa kepekaan bisnisnya dan memberinya kemampuan membaca denyut nadi konsumen. Tekadnya begitu kuat, hingga ia rela memutuskan bangku sekolah demi mendedikasikan seluruh energinya untuk usaha keluarga. Keputusan berani ini, yang mungkin terlihat riskan bagi sebagian orang, justru menjadi titik tolak perjalanannya menuju imperium bisnis multinasional. Sungguh, keberanian mengambil langkah tak biasa seringkali membuka pintu pertumbuhan eksponensial.

Memasuki awal tahun 1970-an, Djoko tak berhenti di kios rokok. Ia memberanikan diri memperluas jangkauan dengan mendirikan toko grosir kecil. Ragam produknya pun ia perluas, mencakup sembako dan minuman ringan, demi menarik minat pelanggan yang lebih luas. Tak lupa, ia menjalin kemitraan erat dengan para pemasok lokal untuk memastikan pasokan barang senantiasa stabil. Pendekatan sederhana namun efektif ini perlahan namun pasti, mendongkrak volume penjualan secara konsisten.

Titik balik krusial terjadi ketika ia bertemu dengan Putera Sampoerna. Sang taipan melihat potensi kolaborasi distribusi yang menjanjikan. Keduanya sepakat untuk merambah segmen minimarket dengan nama Alfa Minimart. Djoko didapuk mengemban tanggung jawab operasional harian, sementara Sampoerna memberikan dukungan finansial vital. Kombinasi antara modal yang kuat dan keahlian lapangan yang mumpuni inilah yang memicu pertumbuhan pesat jumlah gerai.

Pada tahun 1999, sebuah langkah strategis dilakukan: rebranding Alfa Minimart menjadi Alfamart. Konsep toko yang nyaman dengan harga bersahabat menjadi daya tarik utama. Tak hanya itu, ia cerdik memanfaatkan sistem waralaba untuk mempercepat geliat ekspansi. Model ini terbukti lebih gesit dalam perputaran modal dibandingkan hanya mengandalkan pendanaan internal. Lokasi gerai pun dipilih secara cermat, ditempatkan di titik-titik strategis dekat permukiman padat penduduk. Tujuannya jelas: memudahkan konsumen menjangkau kebutuhan harian tanpa perlu menempuh perjalanan jauh. Hasilnya sungguh mencengangkan, Alfamart melesat dari puluhan gerai menjadi ribuan dalam waktu singkat, mengukuhkan posisinya sebagai pemimpin pasar ritel di Indonesia.

Djoko Susanto memahami betul bahwa inti profitabilitas di bisnis ritel terletak pada keefisienan distribusi. Ia membangun jaringan pusat distribusi regional yang mampu mengirimkan barang ke seluruh gerai dalam tempo singkat. Sistem inventori yang terukur pun diterapkan untuk menjaga stok tetap optimal.

Pendekatan ini tidak hanya menekan biaya penyimpanan, tetapi juga meminimalkan risiko produk kedaluwarsa. Lebih dari itu, ia memanfaatkan teknologi point-of-sale untuk memantau penjualan secara *real-time*. Data berharga ini menjadi panduan tim untuk melakukan pembelian produk sesuai dengan dinamika pasar. Karenanya, Alfamart mampu merespons tren konsumen dengan kecepatan yang mengungguli para pesaingnya. Anda pun dapat mengadopsi langkah serupa dalam memonitor data untuk mendorong kinerja usaha Anda.

Djoko Susanto meyakini, pertumbuhan perusahaan yang kokoh berakar dari kesejahteraan timnya. Ia menginisiasi program pelatihan rutin yang mencakup seluruh lini, dari kasir hingga manajer toko. Jalur promosi internal pun dibuka lebar, menjaga motivasi karyawan tetap membara. Alhasil, tercipta budaya kerja kolaboratif yang solid di seluruh penjuru organisasi. Tak berhenti di situ, ia meluncurkan program kepemilikan saham terbatas bagi karyawan berprestasi. Program ini menumbuhkan rasa kepemilikan yang kuat, membuat karyawan merasa menjadi bagian integral dari kesuksesan perusahaan. Dampaknya, tingkat retensi karyawan meningkat drastis dan biaya rekrutmen menurun. Pendekatan ini membuktikan bahwa investasi pada sumber daya manusia akan menuai hasil positif jangka panjang.

Dalam dekade terakhir, Djoko Susanto jeli melihat pergeseran gaya belanja masyarakat. Menjawab tantangan zaman, ia meluncurkan aplikasi Alfagift sebagai platform belanja daring. Kerjasama dengan berbagai *e-wallet* pun dijalin untuk mempermudah transaksi digital. Langkah cerdas ini tidak hanya mengurangi antrean di kasir, tetapi juga meningkatkan frekuensi transaksi secara signifikan. Inovasi tak berhenti di situ, ia memanfaatkan jaringan toko yang masif sebagai titik layanan finansial mikro. Alfamart kini menerima pembayaran berbagai tagihan, layanan pengiriman uang, hingga *top-up* dompet digital. Strategi diversifikasi layanan ini membuka aliran pendapatan baru dengan memanfaatkan aset toko yang sudah ada. Anda dapat melihat bagaimana perluasan layanan memperkuat loyalitas pelanggan.

Inisiatif sosial juga menjadi perhatian utama Djoko Susanto. Melalui program Alfamart Sahabat UMKM, ia membuka pintu bagi pelaku usaha kecil untuk memasukkan produk lokal ke rak-rak gerai. Tak hanya itu, pelatihan gratis mengenai pengemasan dan pemasaran pun diberikan. Pendekatan ini menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat sekitar. Ia juga mendirikan yayasan pendidikan yang fokus memberikan beasiswa bagi anak karyawan. Melalui inisiatif ini, ia tidak hanya mempererat ikatan internal, tetapi juga turut mendorong citra positif perusahaan. Anda dapat menjadikan konsep tanggung jawab sosial ini sebagai bagian dari strategi *branding* Anda. Nilai positif seperti ini tak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga memperluas basis pelanggan.

Ada beberapa pelajaran berharga yang bisa kita petik dari perjalanan Djoko Susanto. Pertama, jangan pernah ragu untuk mencatat setiap detail keuangan sejak awal usaha Anda. Djoko membuktikan, data yang akurat adalah kompas terpercaya dalam pengambilan keputusan. Kedua, pertimbangkan matang-matang kemitraan strategis ketika ekspansi membutuhkan suntikan modal besar. Kolaborasi dengan investor yang tepat akan mempercepat pertumbuhan tanpa

mengorbankan kendali operasional Anda. Selanjutnya, integrasikan teknologi secara cerdas untuk meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen. Djoko mempermudah akses belanja melalui aplikasi, membuat pelanggan ketagihan untuk kembali. Terakhir, jalankan program sosial yang relevan agar *brand* Anda memberikan dampak positif. Perpaduan antara profitabilitas dan kontribusi sosial akan membangun reputasi yang kokoh dan berkelanjutan.

Kini, Anda telah menyelami perjalanan profil Djoko Susanto, dari sebuah kios rokok yang sederhana hingga menjadi raksasa ritel yang disegani di kancah nasional. Ia menampilkan kombinasi keberanian mengambil risiko, ketekunan dalam eksekusi, dan kepedulian sosial yang seimbang. Oleh karena itu, kisah inspiratifnya sangat relevan bagi siapa pun yang bercita-cita membangun usaha yang tangguh di tengah badai krisis.

Anda dapat mengimplementasikan prinsip manajemen inventori yang cermat, strategi waralaba yang efektif, serta transformasi digital yang adaptif untuk bisnis Anda. Ditambah lagi, selaraskan program sosial yang bermakna untuk menambah nilai pada *brand* Anda. Akhirnya, jadikan inspirasi Djoko sebagai pemicu semangat Anda, dan segera ambil langkah konkret untuk membawa bisnis Anda menembus batas-batas baru. ([PERS](#))