

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Global Loyalty Indonesia



Gambar 2.1 Logo PT Global Loyalty Indonesia

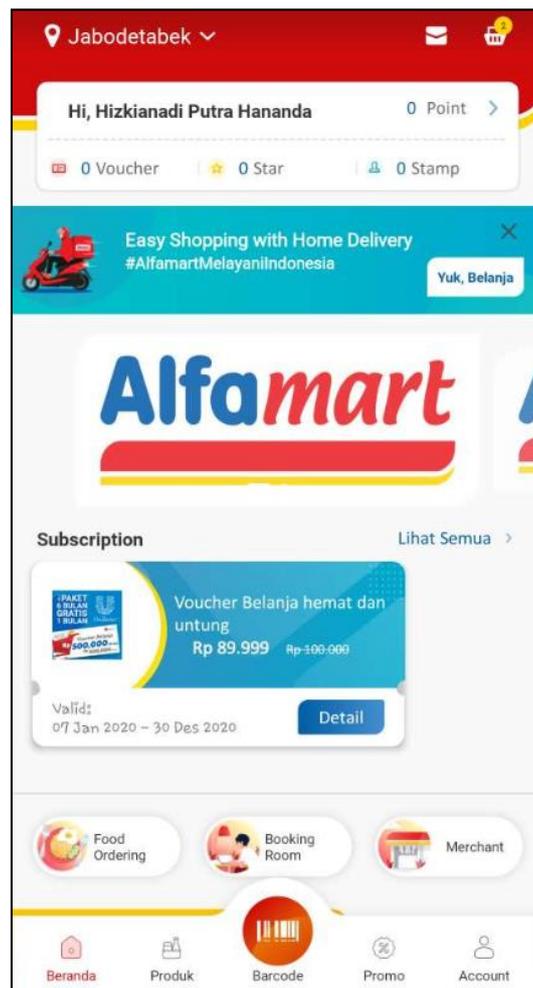
Gambar 2.1 diatas adalah logo dari PT Global Loyalty Indonesia. PT Global Loyalty Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya yang bersifat multinasional yang didirikan pada Tahun 2014. Perusahaan ini bergerak di bidang pengembangan CRM (*Customer Relationship Management*) dan memiliki suatu produk *brand* yang bernama “Ponta” (<http://www.globalloyaltyindonesia.com/id/home>, 2020)



Gambar 2.2 Produk Brand Ponta

Gambar 2.2 diatas adalah produk Ponta, Ponta merupakan sebuah program *membership* yang memiliki banyak manfaat seperti mengumpulkan poin dan

mendapatkan diskon yang lumayan besar untuk belanja di berbagai merek yang termasuk ke dalam penjangkaran Ponta. Pada saat ini, Ponta sudah memiliki member sebanyak 24.498.123 member dengan toko yang termasuk ke dalam penjangkaran Ponta sebanyak 20.948 toko.



Gambar 2.3 Homepage Aplikasi Digital Alfagift

Selain produk Ponta, PT Global Loyalty Indonesia juga memiliki produk berupa aplikasi digital yang bernama Alfagift seperti pada Gambar 2.3 diatas. Alfagift ini merupakan sebuah produk yang sudah dibuat dan hampir sama dengan produk Ponta. Alfagift ini sebuah produk aplikasi digital yang berbasis *membership*

dimana para pengguna Alfagift ini dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan berbelanja menggunakan aplikasi ini.

Tujuan dari didirikannya PT Global Loyalty Indonesia ini adalah ingin membantu dalam menjalin kerjasama antar bisnis dengan para pelanggan dan juga ingin membantu dalam meningkatkan peluang bisnis lebih cepat dengan menggunakan jaringan yang luas, tingkat pelayanan yang tinggi dan dapat bersaing secara global. Selain itu, perusahaan ini memiliki dan menerapkan tim yang berdedikasi penuh (*full support*) dalam menjalankan bisnis agar bisnis berjalan dengan lancar, ingin meningkatkan jaringan dan member terhadap produk yang diberikan agar bisnis dapat tersebar dengan luas, serta menerapkan sistem *analytics* dalam menjalankan bisnis untuk memudahkan pengambilan keputusan dalam membuat pemetaan pengguna produk perusahaan (<http://www.globalloyaltyindonesia.com/id/home>, 2020).

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia ini merupakan anak perusahaan dari PT. Sumber Alfaria Trijaya. Maka dari itu, visi dan misi dari perusahaan ini adalah sebagai berikut:

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan dari konsumen, serta

mampu bersaing secara global (<https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/profil-kami>, 2020).

2.2.2 Misi Perusahaan

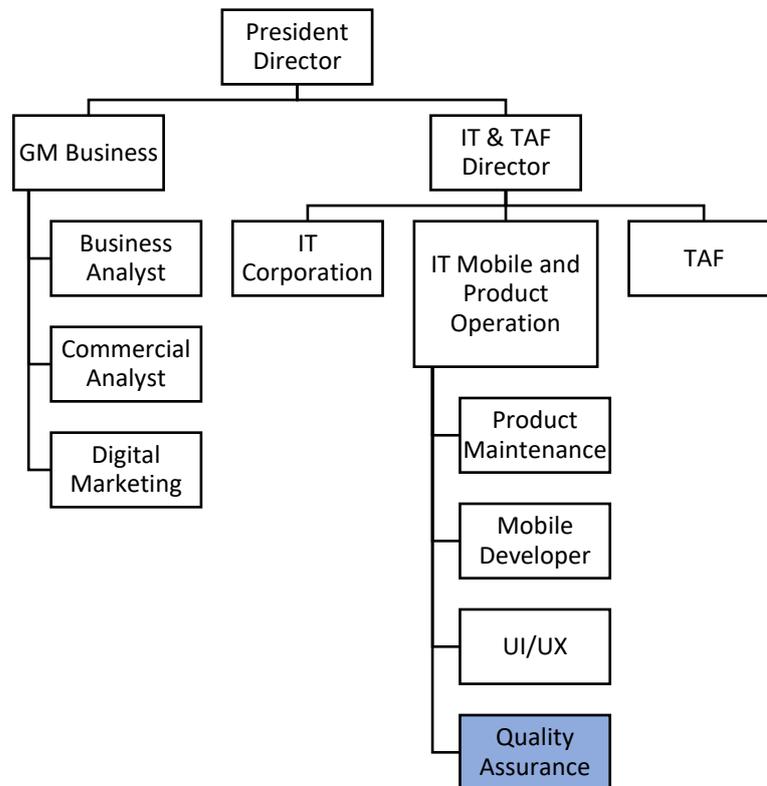
- Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pemberian pelayanan yang sangat berkualitas.
- Ingin selalu menjadi yang terbaik dan terkemuka dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menerapkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi di perusahaan.
- Ikut serta dalam membangun negara dengan mengembangkan dan meningkatkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- Ingin membangun organisasi secara global serta terpercaya, sehat, dan terus bertumbuh dan memberikan manfaat bagi para pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, dan seluruh masyarakat pada umumnya.

2.2.3 Nilai-nilai Perusahaan

- Menjunjung tinggi sikap kejujuran, disiplin, serta konsisten dalam bekerja dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan setiap pekerjaan.
- Berpikir secara kreatif dalam bekerja dan memiliki komitmen tinggi untuk mengembangkan cara kerja yang baik secara terus menerus.

- Fokus dalam menjalankan tugas yang diberikan dan fokus pada *goals* yang ingin dicapai sehingga menghasilkan sebuah produk yang memiliki kualitas yang tinggi.
- Harus aktif dalam mengerjakan tugas dan selalu menerapkan sistem kerja sama antar tim agar terciptanya semangat yang tinggi dan kekompakan dalam tim.
- Memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggan agar menarik perhatian para pelanggan dan untuk memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.4 merupakan struktur organisasi perusahaan Global Loyalty Indonesia yang dipimpin oleh *President Director* yang memiliki peran yang tinggi dalam perusahaan yaitu dalam pengambilan keputusan di perusahaan. Di bawah jabatan tertinggi ada *General Manager Business* yang memiliki tanggung jawab terhadap jalannya bisnis di perusahaan dan *IT & TAF (Tax and Finance) Director*. *IT Director* berfokus pada infrastruktur IT yang digunakan dan sekaligus memegang peran penting dalam bagian *IT Product Operation* dan *Corporation*. Sedangkan TAF Director yang memiliki peran dan tanggung jawab yang penting dalam mengatur keluar masuknya keuangan di perusahaan.

Pada *General Manager Business* dibagi lagi menjadi 3 bagian yaitu *Business Analyst*, *Commercial Analyst*, dan *Digital Marketing*. Sedangkan pada *IT TAF Director* dibagi menjadi 3 bagian yaitu *IT Corporation*, *IT Mobile* and *Product Operation*, TAF. *IT Mobile* and *Product Operation* memiliki bagiannya sendiri yaitu *Product Maintenance*, *Mobile Developer*, UI/UX, dan *Quality Assurance*.

Pada praktik kerja lapangan yang sudah dilakukan oleh penulis di PT Global Loyalty Indonesia selama 3 bulan ini, penulis ditempatkan di *department IT Mobile and Product Operation* pada bagian *Quality Assurance*. Pada *department* tersebut dipimpin oleh Bapak Benny Chandra selaku *Product Operation Manager* dan selaku pembimbing penulis selama melakukan praktik kerja lapangan di PT. Global Loyalty Indonesia. Pada bagian *Quality Assurance*, tugas yang dilakukan adalah melakukan pengujian untuk kelayakan suatu aplikasi yang sedang dikembangkan pada perusahaan sebelum aplikasi tersebut *release*.