

BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo PT Global Loyalty Indonesia

Gambar 2.1 diatas adalah logo dari PT Global Loyalty Indonesia (GLI) selaku anak perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya. Sejarah awal mula berdirinya PT GLI dimulai pada 27 Agustus 1989 dengan berdirinya toko Alfa Minimart yang dibangun oleh bapak Djoko Susanto dan keluarga. Alfa Minimart tersebut merupakan sebuah toko minimarket yang berfokus pada usaha perdagangan, baik eceran maupun grosir melalui gerai-gerai swalayan [6, 7]. Selanjutnya, pada 1 Agustus 2002, 141 gerai Alfa Minimart diakuisisi oleh PT Sumber Alfaria Trijaya dan berubah nama menjadi Alfamart [6]. Lalu, seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, pertumbuhan pengguna internet pun bertumbuh sangat pesat, yaitu sebesar 30% per tahun [2]. Dengan pertumbuhan yang pesat tersebut, Alfamart pun akhirnya *me-launching* toko retail *online* berbasis *website* yang bernama Alfaonline pada tahun 2012 dengan tujuan untuk memberikan solusi kepada para konsumen yang tidak sempat mengunjungi gerai Alfamart [8].



Gambar 2.2. Logo Alfaonline

Lalu, agar Alfaonline dapat diakses melalui lebih banyak sumber, dibuatlah *Alfaonline Apps* pada tahun 2015 yang tersedia pada IOS maupun *android*. Pada tahun yang sama, Alfamart juga melakukan kerjasama dengan Ponta yang merupakan perusahaan kartu yang dapat digunakan untuk pembayaran elektronik. Kerjasama tersebut menghasilkan kartu *member loyalty* "AKU Ponta" yang dapat digunakan untuk penukaran poin, mendapatkan diskon dan promo-promo, undian berhadiah, dan sebagainya [6, 9].



Gambar 2.3. Kartu *Loyalty* AKU Ponta

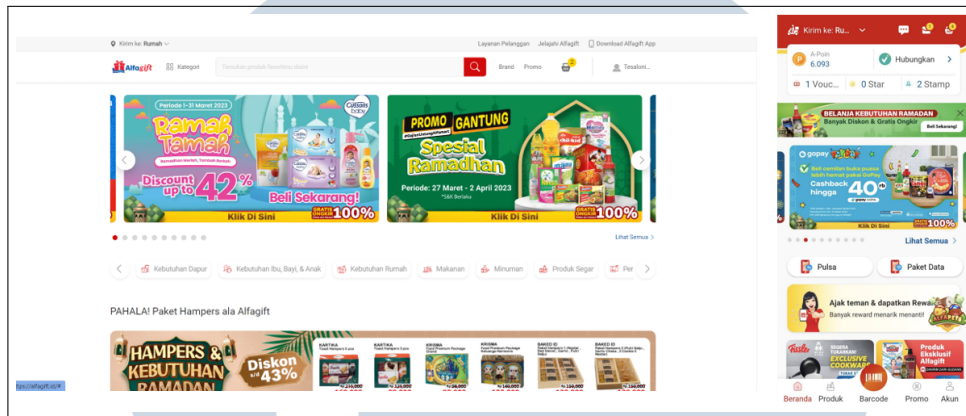
Selanjutnya, pada tahun 2016 Alfamart melakukan *re-branding* untuk Alfaonline menjadi Alfacart dengan tetap mempertahankannya sebagai toko *retail online* berbasis *website*.



Gambar 2.4. Logo Alfacart

Lalu, pada tahun 2019, Alfamart juga mulai *me-launching online apps* dengan nama Alfagift yang tersedia pada *platform* IOS dan Android. Pada tahun tersebut, Alfamart juga melakukan akuisisi terhadap Ponta sebesar 15 ribu saham atau sebesar 75% yang lalu berubah nama menjadi PT Global Loyalty Indonesia (GLI). Tujuannya adalah untuk memperkuat sinergi *program* poin *member* bersama

(*membership program*) [10]. Terakhir, pada tahun 2021, Alfacart bergabung menjadi satu-kesatuan dengan Alfagift. Sehingga pada tahun tersebut, Alfagift sudah tersedia pada *mobile apps* maupun *website*.



Gambar 2.5. Alfagift Website and Apps

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

Menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

2.2.2 Misi

1. Membangun organisasi yang terpercaya, terus bertumbuh, dan bermanfaat bagi pelanggan melalui kolaborasi dengan partner bisnis, stakeholder, dan afiliasi.
2. Menyediakan wawasan strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan melalui solusi data yang akurat.
3. Memberdayakan seluruh generasi dalam menghadirkan cara belanja yang didorong dengan teknologi terkini.
4. Menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi seluruh pelanggan melalui program loyalitas terbaik.
5. Menjadi pilihan tempat bekerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2.6.



Gambar 2.6. Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia

Berikut adalah tugas dan tanggung jawab dari setiap posisi pada Gambar 2.6 pada PT Global Loyalty Indonesia.

1. *Chief Executive Officer (CEO)*: Mengarahkan strategi perusahaan, membuat keputusan, dan memastikan seluruh kinerja perusahaan berjalan dengan baik dan lancar. Seorang CEO menaungi *Chief Information Officer* dan *Chief Commercial Officer*.
2. *Chief Information Officer (CIO)*: Mengatur dan mengelola aspek teknologi informasi dan sistem informasi perusahaan. Seorang CIO menaungi *Vice President of IT, Tax and Finance Manager*, dan *Human Capital Manager*.
3. *Chief Commercial Officer (CCO)*: Mengawasi dan mengelola seluruh aspek strategi komersial perusahaan, termasuk penjualan, pemasaran, pengembangan bisnis, memastikan pertumbuhan dan keberhasilan bisnis. Seorang CCO menaungi *Vice President of Operations Dev* dan 7 manager lainnya, yaitu *Partnership, Merchandising, Merchant Dev, Digital Marketing, Consumer Marketing, Data Scientist*, dan *Business Analyst Manager*.
4. *Vice President of IT (VP of IT)*: Membuat strategi, mengelola, dan mengimplementasikan teknologi informasi perusahaan secara keseluruhan.

Seorang VP of IT menaungi *Product Operations Manager*, *E-commerce Apps Dev Manager*, dan *Technical Product Manager*.

5. *Vice President of Operations Dev* (VP of Operations Dev): Memimpin dan mengelola pengembangan operasional perusahaan, termasuk perencanaan, pemantauan, dan peningkatan efisiensi operasional.
6. *Product Operations Manager*: Mengelola pengembangan, produksi, kualitas, dan peluncuran produk, serta melakukan analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan bisnis perusahaan.
7. *E-commerce Apps Dev Manager*: Mengelola perencanaan, pengembangan, dan pemeliharaan aplikasi *e-commerce* Alfagift.
8. *Technical Product Manager*: Mengembangkan strategi produk yang melibatkan pemahaman kebutuhan teknis, mengawasi pengembangan produk, serta menganalisis data untuk memastikan keberhasilan produk.
9. *Tax and Finance Manager* (TAF): Memastikan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan pajak dan pengelolaan keuangan yang efektif.
10. *Human Capital Manager* (HC): Mengelola sumber daya manusia, termasuk perekrutan, pengembangan, retensi, dan pengelolaan kinerja karyawan.
11. *Partnership Manager*: Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan mitra dan membangun kolaborasi yang saling menguntungkan.
12. *Merchandising Manager*: Mengatur strategi dan pelaksanaan pemasaran produk dan mengoptimalkan penjualan.
13. *Merchant Dev Manager*: Mengidentifikasi peluang bisnis baru, mengembangkan dan memelihara hubungan dengan *merchant*, serta mengelola strategi dan pelaksanaan untuk meningkatkan pertumbuhan dan keberhasilan bisnis *e-commerce*.
14. *Digital Marketing Manager*: Merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran *digital* untuk memperluas jangkauan, meningkatkan visibilitas, dan mengoptimalkan hasil pemasaran *online*.
15. *Consumer Marketing Manager*: Mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik dan mempertahankan konsumen,

serta mengelola hubungan baik dengan konsumen untuk membangun loyalitas pelanggan.

16. *Data Scientist Manager*: Menganalisis dan menginterpretasikan data untuk menghasilkan wawasan yang berharga bagi perusahaan serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data yang terbaik.
17. *Business Analyst Manager*: Mengidentifikasi, menganalisis, dan menyampaikan kebutuhan bisnis serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi perusahaan.

