

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo PT Global Loyalty Indonesia

Anak perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya (SAT), atau yang lebih dikenal sebagai Alfamart, adalah PT Global Loyalty Indonesia. Berbasis di Alam Sutera, Tangerang, GLI menawarkan sejumlah layanan termasuk solusi data, mitra pedagang, manajemen hubungan pelanggan, pertukaran voucher dan poin, serta aktivasi dan komunikasi digital. Kantor GLI berada di Alfa Tower, dengan ruangan yang terletak di lantai 24 dan 29.



Gambar 2. 2 Alfa Tower Alam Sutera

Sebagai bagian dari keluarga Alfamart, PT Global Loyalty Indonesia (GLI) memulai perjalanannya pada tahun 1989 ketika Bapak Djoko Susanto dan keluarganya mendirikan Alfa Minimart, toko pertama yang kemudian berkembang pesat. Pada tahun 2002, mereka berhasil mengakuisisi 141 gerai Alfa Minimart, yang kemudian mengalami perubahan nama menjadi Alfamart. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2012, Alfamart meluncurkan situs *web* pertamanya di www.alfaonline.com, diikuti oleh peluncuran aplikasi Alfaonline untuk Android dan iOS pada tahun 2015.

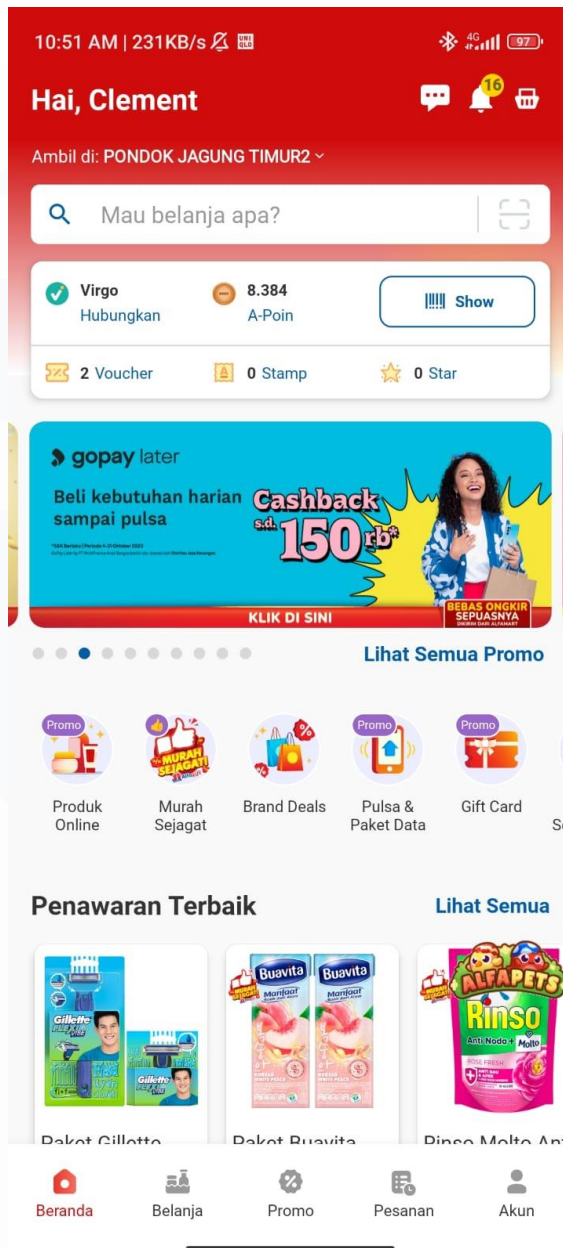
Pada tahun yang sama, Alfamart menjalin kemitraan dengan Ponta, sebuah Program Pemasaran Loyalitas Koalisi yang memungkinkan keanggotaan digunakan di berbagai mitra sekaligus. Dua tahun berikutnya, Alfaonline mengalami *rebranding* menjadi Alfacart, yang dapat diakses melalui www.alfacart.com. Pada tahun 2019, Alfamart meluncurkan aplikasi Alfagift untuk Android dan iOS, dan dalam waktu singkat, pada tahun yang sama, Alfamart berhasil mengakuisisi Ponta yang kemudian menjadi PT Global Loyalty Indonesia.

Perkembangan terus berlanjut, dan pada tahun 2021, Alfamart bergabung dengan Alfagift untuk menyajikan berbagai fitur yang memberikan nilai tambah kepada pelanggan.



Gambar 2. 3 Alfagift Produk GLI

Produk unggulan dari GLI adalah Alfagift, sebuah platform *Omni Channel* dari Alfamart yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan pengalaman berbelanja yang sangat memuaskan. Alfagift memberikan kemampuan kepada pelanggan Alfamart untuk melakukan transaksi secara *online*, membayar dengan *QR code*, menemukan lokasi toko Alfamart terdekat, dan menikmati sejumlah keuntungan dari program loyalitas yang telah tersedia. Dengan lebih dari 23 juta anggota yang telah menggunakan Alfagift dan tersebar di lebih dari 20 ribu outlet di seluruh Indonesia, *platform* ini terus menjadi salah satu pilihan utama bagi para konsumen dalam berbelanja kebutuhan keluarga.



Gambar 2. 4 Tampilan Aplikasi Alfagift

Tampilan yang ditampilkan di atas merupakan *user interface* dari menu beranda pada aplikasi Alfagift. Dengan mendaftar sebagai anggota pada aplikasi ini, pelanggan dapat merasakan keuntungan berupa memperoleh 1 A-Poin setiap kali berbelanja senilai 200 Rupiah di luar PPN. Namun, untuk produk susu formula khusus anak usia 0-1 tahun, rokok, dan pulsa, pelanggan tidak akan mendapatkan A-Poin saat berbelanja[3].

Saat ini, PT Global Loyalty Indonesia bermitra dengan beberapa perusahaan terkemuka, termasuk Alfamart, Bintang, Nutrilon, dan sejumlah mitra lainnya. Dalam kerjasama ini, PT Global Loyalty Indonesia menyediakan berbagai solusi, seperti perencanaan, manajemen data, personalisasi, dan pelaporan, untuk mendukung kebutuhan mitra-mitra tersebut[4].

2.1.1 Visi Misi

Visi:

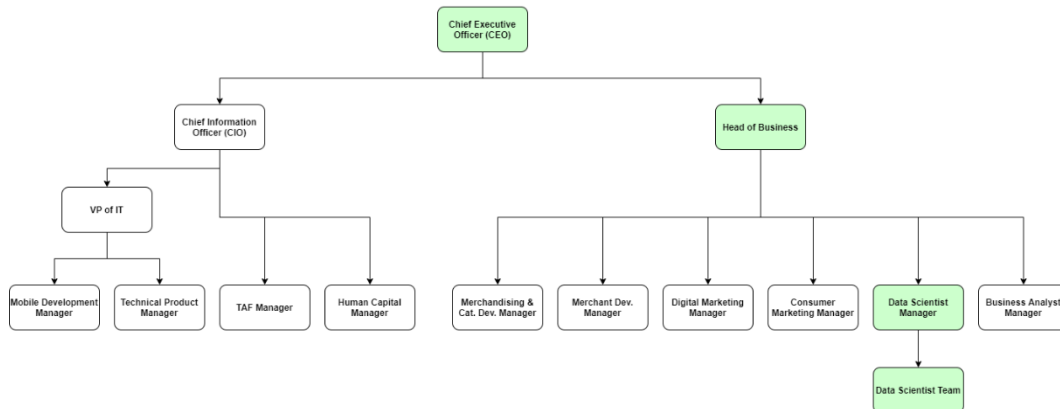
Berperan sebagai perusahaan terdepan yang menyajikan solusi berbasis pengetahuan untuk membentuk loyalitas pelanggan.

Misi:

- Membentuk sebuah organisasi yang dapat dipercaya, terus berkembang, dan memberikan manfaat kepada pelanggan melalui kerjasama dengan mitra bisnis, pemangku kepentingan, dan mitra afiliasi.
- Menyajikan pandangan strategis pemasaran yang efisien kepada pelanggan melalui solusi data yang akurat.
- Memberdayakan seluruh generasi dengan menghadirkan pengalaman berbelanja yang didorong oleh teknologi terbaru.
- Menghasilkan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi semua pelanggan melalui program loyalitas terbaik.
- Menjadi pilihan terbaik sebagai tempat bekerja bagi para bakat yang ingin mengembangkan diri.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi Perusahaan PT. Global Loyalty Indonesia



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Perusahaan GLI

Gambaran di atas menggambarkan struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia. Posisi tertinggi di perusahaan dipegang oleh CEO atau Chief Executive Officer, yang bertanggung jawab memastikan kelancaran operasional seluruh tim dan mencapai target perusahaan. Di bawah CEO, terdapat CIO atau Chief Information Officer dan Head of Business. CIO mengawasi VP of IT yang melibatkan Mobile Development Manager, Technical Product Manager, TAF Manager, dan Human Capital Manager.

Head of Business, di sisi lain, bertanggung jawab atas sejumlah posisi, termasuk Merchandising & Catalog Development Manager, Merchant Developer Manager, Digital Marketing Manager, Consumer Marketing Manager, Data Scientist Manager, dan Business Analyst Manager. Posisi ini fokus pada proses bisnis perusahaan. Salah satu peran yang diawasi oleh Head of Business adalah Data Scientist Manager, yang memimpin tim Data Scientist.

Selama bekerja sebagai Data Scientist di PT Global Loyalty Indonesia, panduan dan bimbingan diperoleh dari Bapak Reza Aditya sebagai Data Scientist Junior Manager/Specialist dan Bapak Akhiyar Waladi sebagai Data Scientist. Pekerjaan yang dilakukan selama menjadi anggota tim Data Scientist diawasi oleh Bapak Denny Desanleon Yuwono sebagai manager tim.