

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bagian ini akan menjelaskan tentang sejarah singkat yang berisi sejarah berdirinya perusahaan, produk yang dihasilkan, visi misi, dan struktur organisasi pada PT. Global Loyalty Indonesia.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo PT. Global Loyalty Indonesia
sumber: [6]

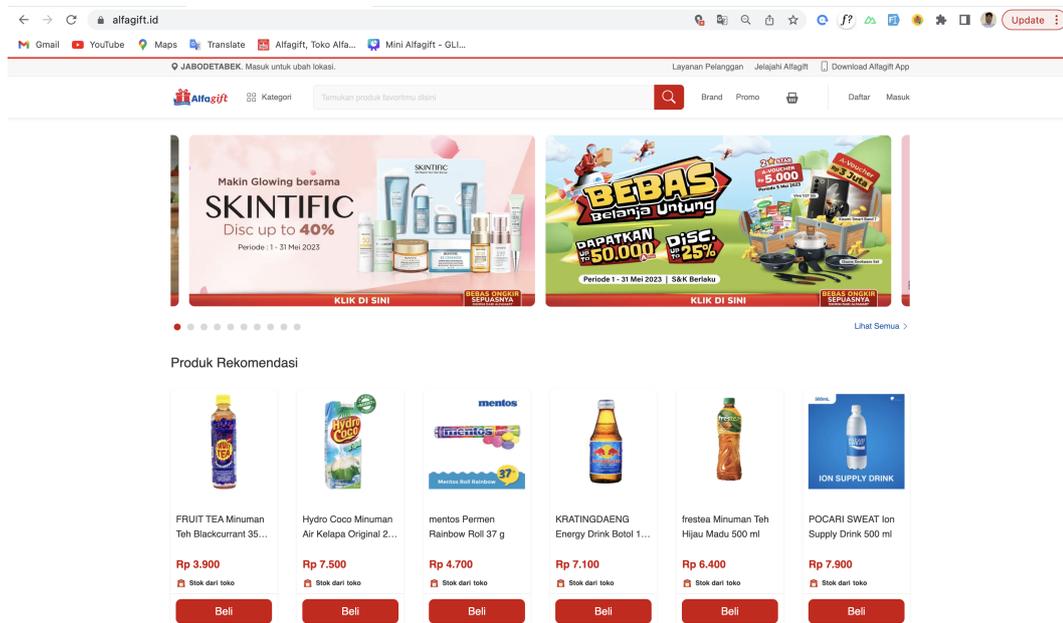
PT. Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) yang telah beroperasi dalam skala multinasional sejak tahun 2014. GLI berkous pada pengembangan *Customer Relationship Management*. Perusahaan ini awalnya dikenal dengan nama PONTA yang merupakan sebuah program koalisi *membership multipartner* yang menyediakan wadah dan media bagi konsumen untuk mengumpulkan poin dan mendapatkan diskon dari berbagai merek produk mitra yang bekerjasama dengan PONTA.

Pada tahun 2019, PONTA diakuisisi oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart). Sejak akuisisi tersebut, PONTA melakukan *rebranding* menjadi PT. Global Loyalty Indonesia (GLI) dan bekerjasama dengan Alfamart dalam pengembangan media belanja *online* untuk produk-produk yang tersedia di Alfamart. Media ini diberi nama Alfagift.

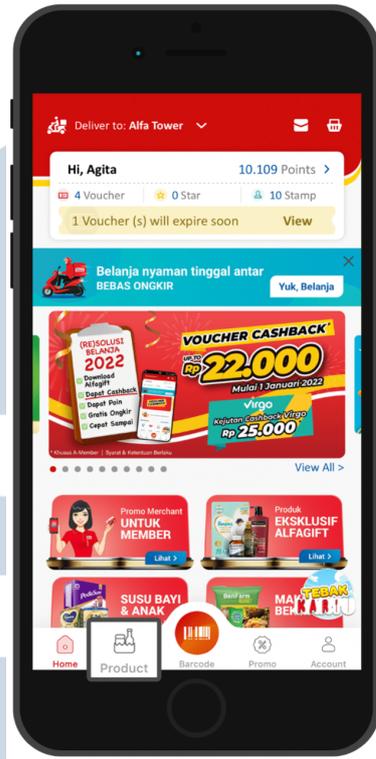


Gambar 2.2. Logo Alfagift
sumber:[4]

Alfagift adalah konsep Omni Channel dari Alfamart yang menawarkan pengalaman berbelanja dan manfaat keanggotaan yang komprehensif, baik secara *online* maupun *offline* [6]. Alfagift adalah solusi yang dirancang untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian produk-produk Alfamart secara *online*. Aplikasi Alfagift dapat diakses melalui perangkat *mobile* berbasis iOS dan Android, serta melalui situs web. Tampilan Alfagift berbasis *website* dapat dilihat pada Gambar 2.3 dan Alfagift berbasis *mobile* dapat dilihat pada Gambar 2.4.



Gambar 2.3. Tampilan Alfagift Berbasis Website
sumber:[4]



Gambar 2.4. Tampilan Alfagift Berbasis *Mobile*
sumber:[4]

PT. Global Loyalty Indonesia memiliki konsep yang memperlihatkan semangat perusahaan dengan pengetahuan berskala global dan menunjukkan sebuah proses bekerja yang berkelanjutan. PT. Global Loyalty Indonesia selalu bekerja dengan profesional, cerdas, dan menjaga kepercayaan konsumen [6].

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.

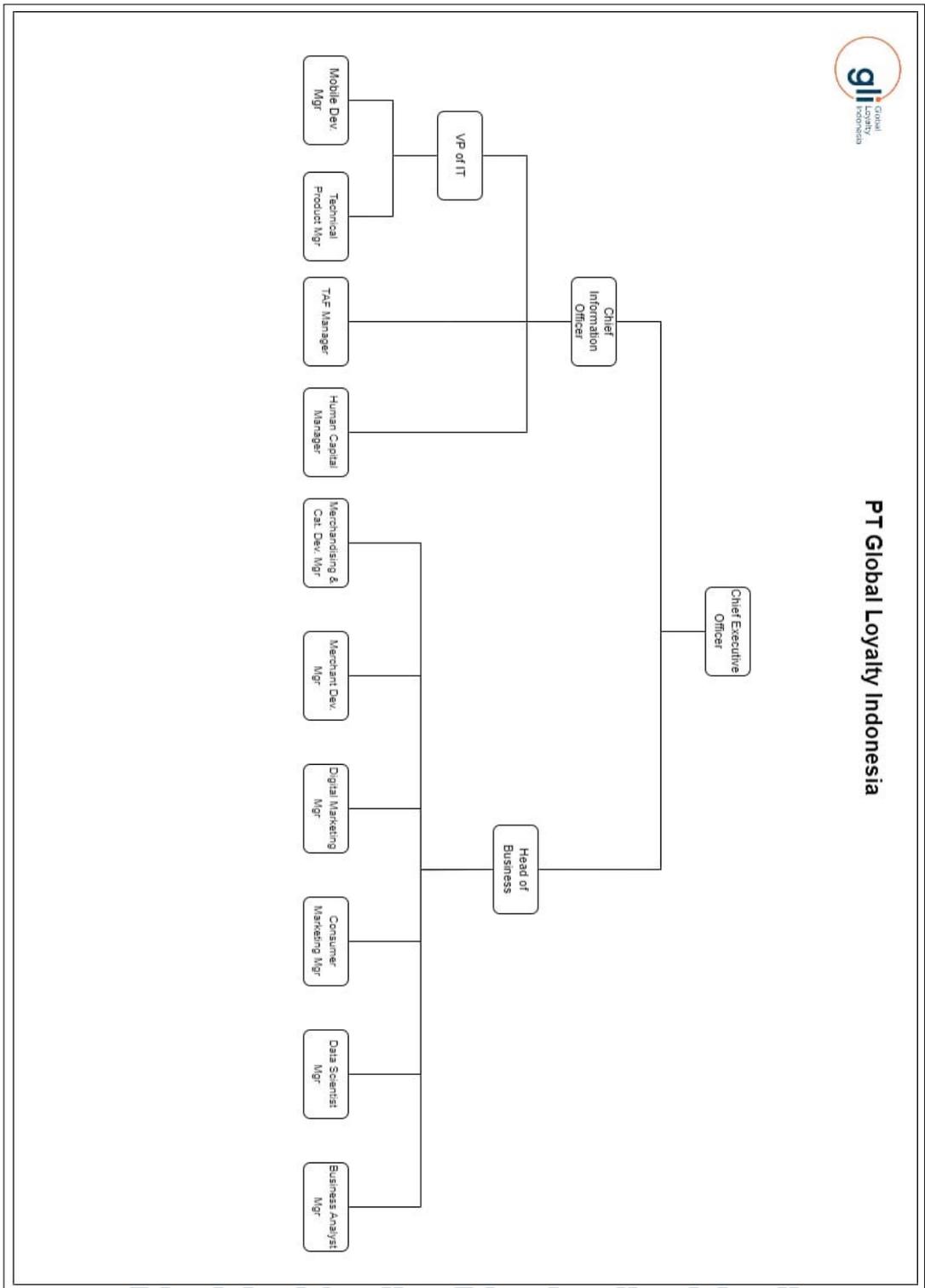
2. Menyediakan wawasan strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan melalui solusi data yang akurat.
3. Memberdayakan seluruh generasi dalam menghadirkan cara belanja yang didorong teknologi terkini.
4. Menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi seluruh pelanggan melalui program loyalitas terbaik.
5. Menjadi pilihan tempat kerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan pada Gambar 2.5, hierarki tertinggi di PT. Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yang bertindak sebagai pemimpin dan pengambil keputusan utama dalam perusahaan. Di bawah CEO, terdapat seorang *Chief Information Officer* (CIO) yang bertanggung jawab atas manajemen dan strategi teknologi informasi (TI) perusahaan, serta seorang *Head of Business* yang bertanggung jawab atas pengelolaan aspek bisnis perusahaan.

Selanjutnya, di bawah CIO, terdapat sejumlah posisi kunci, termasuk *Vice President of IT* yang mengelola dan merumuskan strategi departemen Teknologi Informasi (TI) perusahaan. Di bawah VP IT, terdapat *Mobile Development Manager* dan *Technical Product Manager*. *Mobile Development Manager* bertanggung jawab atas pengembangan perangkat lunak dan aplikasi perusahaan, sementara peserta magang berada di bawah *Mobile Development Manager*, khususnya dalam departemen *E-Commerce Application Development*.

Sementara itu, bagian *Head of Business* mencakup sejumlah departemen yang bertanggung jawab atas operasional dan perkembangan bisnis di PT. Global Loyalty Indonesia. Beberapa posisi yang terlibat dalam departemen ini termasuk *Merchandising & Category Development Manager*, *Merchant Development Manager*, *Digital Marketing Manager*, *Consumer Marketing Manager*, *Data Scientist Manager*, dan *Business Analyst Manager*.



Gambar 2.5. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Global Loyalty Indonesia
sumber:[6]