

BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Awal mula terbentuknya PT Global Loyalty Indonesia dimulai pada 27 Agustus 1989 dengan didirikannya toko Alfa Minimart oleh bapak Djoko Susanto dan keluarga. Toko ini berfokus dalam perdagangan eceran dan juga grosir melalui toko-toko swalayan [1, 2]. Pada 1 Agustus 2001, Alfa minimart tersebut sukses dan dapat membuka hingga 141 toko baru yang pada akhirnya diakuisisi oleh bapak Djoko Susanto dan berganti nama menjadi Alfamart [1].

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi dengan peningkatan sebesar 30% per tahun, Alfamart pun tidak tinggal diam dan membuat terobosan baru untuk dapat bersaing pada era perkembangan tersebut dengan diluncurkannya *website* "Alfaonline". Hal ini ditujukan agar Alfamart dapat memberikan solusi kepada para konsumen yang berhalangan/ tidak bisa berbelanja secara *offline* [3, 4].

Perkembangan teknologi tersebut tiada hentinya. Hal ini ditandai dengan maraknya penggunaan *smartphone* karena mempermudah keseharian masyarakat. Perkembangan tersebut dilihat oleh Alfamart sebagai sebuah peluang untuk dapat meluaskan bisnis mereka. Sehingga, pada tahun 2015, Alfamart meluncurkan aplikasi "Alfaonline Apps" yang dapat diakses melalui Android dan juga IOS. Selain itu, pada tahun ini, telah dilakukan sebuah kerjasama dengan Ponta, sebuah perusahaan kartu untuk pembayaran elektronik. Kartu *member royalty* "AKU Ponta" pun dihasilkan dari kerjasama tersebut untuk penukaran points, mendapatkan banyak promo dan diskon menarik, mendapatkan undian, dan lain-lain [1, 5].

Lalu, pada tahun 2016, Alfamart melakukan *rebranding* terhadap Alfaonline menjadi "Alfacart" dengan tetap mempertahankan fungsi dan kegunaannya sebagai sebuah *online retail website*. Selanjutnya, pada tahun 2019, Alfamart meluncurkan aplikasi "Alfagift" yang dapat diakses melalui Android dan IOS. Selain itu, Ponta juga telah diakuisisi setelah melakukan pembelian saham sebesar 75% saham atau 15 ribu saham Ponta dan berganti nama menjadi "PT Global Loyalty Indonesia (GLI)". Tujuan dari pengakuisisian ini adalah untuk memperkuat program *membership* [6]. Pada tahun 2021, terjadi penggabungan antara Alfacart dan Alfagift menjadi 1 aplikasi, yaitu "Alfagift" untuk mempermudah masyarakat dalam

mengakses *website* dan aplikasi perbelanjaan *online* Alfamart. Sehingga, pada tahun ini, Alfagift tidak hanya tersedia pada aplikasi *mobile*, tetapi juga tersedia pada *website*.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

Menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan [7].

2.2.2 Misi

Berikut adalah misi dari PT Global Loyalty Indonesia [7].

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

Berikut adalah struktur organisasi di PT Global Loyalty Indonesia beserta penjelasannya [7].



Gambar 2.1. Struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia

1. *Chief Executive Officer (CEO)*: Tanggung jawabnya mencakup pengaturan visi-misi perusahaan, merumuskan strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang, mengelola sumber daya, memastikan pertumbuhan, mengawasi operasional, membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, serta menjadi wajah publik perusahaan. CEO juga bertanggung jawab atas keseluruhan kinerja dan keberhasilan perusahaan.
2. *Chief Information Officer (CIO)*: Tugasnya meliputi pengelolaan infrastruktur TI, pengembangan sistem, keamanan data, inovasi teknologi, serta memastikan bahwa sistem TI mendukung tujuan bisnis perusahaan. CIO juga mengawasi implementasi dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memastikan kepatuhan terhadap regulasi, serta mengidentifikasi solusi TI yang inovatif untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan.
3. *Chief Commercial Officer (CCO)*: Tugasnya mencakup pengelolaan dan pengawasan aspek penjualan, pemasaran, dan pengembangan bisnis. CCO fokus pada pertumbuhan pendapatan, pengembangan pasar, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta mitra bisnis. Tugasnya juga termasuk merumuskan strategi penjualan, memantau kinerja penjualan, mengidentifikasi peluang bisnis baru, serta memastikan bahwa semua kegiatan komersial mendukung visi dan tujuan jangka panjang perusahaan.
4. *Vice President of IT (VP of IT)*: Tugasnya meliputi pengelolaan tim TI, pengembangan infrastruktur TI, keamanan data, dan implementasi solusi TI yang inovatif. VP of IT juga fokus pada pengelolaan sumber daya,

penyelesaian masalah TI, dan menjamin bahwa sistem TI mendukung tujuan bisnis perusahaan. *VP of IT* juga terlibat dalam merancang dan melaksanakan kebijakan TI, mengawasi proyek-proyek TI, serta memastikan bahwa operasi TI berjalan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

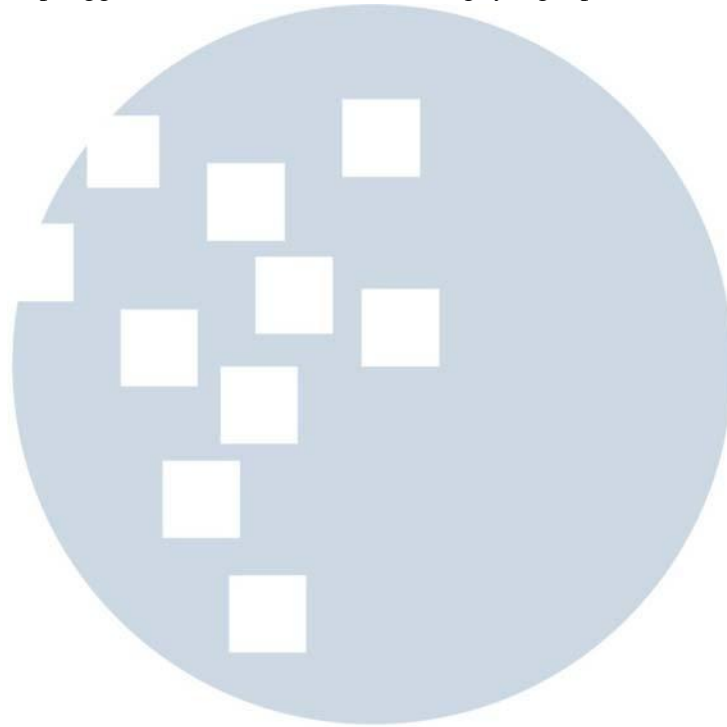
5. *Vice President of Operations Dev* (VP of Operations Dev): Tugasnya meliputi kewajiban untuk mengawasi dan memimpin pengembangan produk, perencanaan, peningkatan proses operasional, serta memastikan efisiensi dalam seluruh siklus hidup produk atau layanan. *VP of Operations Dev* juga dapat terlibat dalam manajemen proyek, peningkatan proses, mengawasi strategi pengembangan produk, dan bekerja sama dengan tim teknis untuk mengoptimalkan operasional dan efektivitas produk.
6. *IT Development Manager*: Tugasnya meliputi perencanaan, pengawasan, dan pelaksanaan proyek pengembangan perangkat lunak atau aplikasi. *IT Development Manager* juga memastikan bahwa timnya mematuhi tenggat waktu, standar kualitas, dan kebutuhan fungsional yang ditetapkan. Selain itu, mereka berkolaborasi dengan berbagai tim internal untuk memahami kebutuhan bisnis, merancang solusi TI yang sesuai, serta memastikan implementasi yang sukses.
7. *Product Operations Manager*: Tugasnya meliputi kewajiban untuk memastikan koordinasi yang efektif antara tim pengembangan produk dan berbagai unit bisnis lainnya. Manajer ini membantu mengelola siklus hidup produk, termasuk perencanaan, pengembangan, peluncuran, dan perbaikan produk. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan produk berhasil diluncurkan dan dioperasikan sesuai dengan tujuan bisnis dan kebutuhan pengguna.
8. *E-commerce Apps Dev Manager*: Tugasnya meliputi perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan proyek-proyek pengembangan aplikasi yang berkaitan dengan platform e-commerce. Manajer ini fokus pada merancang dan membangun aplikasi e-commerce yang responsif, aman, dan mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan bisnis serta pengguna. Selain itu, mereka mengawasi tim pengembangan, memastikan penggunaan teknologi terkini, menjaga kualitas kode, mengelola integrasi sistem, dan memastikan kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan pasar serta strategi bisnis perusahaan.

9. *Technical Product Manager*: Tugasnya melibatkan kolaborasi dengan tim teknis untuk merancang, mengembangkan, dan meluncurkan produk yang sesuai dengan visi produk serta kebutuhan pengguna. Manajer ini juga menyusun rencana teknis, menentukan fitur produk, dan memastikan implementasi sesuai dengan standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan.
10. *Tax and Finance Manager (TAF)*: Tugasnya meliputi pemantauan dan pengelolaan kegiatan keuangan sehari-hari, termasuk pembayaran pajak, penyusunan laporan keuangan, dan pengelolaan arus kas. Manajer ini juga bertanggung jawab atas ketaatan terhadap regulasi perpajakan dan keuangan yang berlaku, menyusun strategi perencanaan pajak, serta mengidentifikasi peluang untuk mengoptimalkan struktur keuangan perusahaan.
11. *Human Capital Manager (HC)*: Tugasnya meliputi pengelolaan proses rekrutmen, pengembangan karyawan, retensi, serta penilaian kinerja. Manajer ini memastikan kepatuhan terhadap kebijakan SDM, menyusun program pelatihan, serta memfasilitasi komunikasi internal dan penyelesaian konflik. Manajer SDM juga terlibat dalam merancang kebijakan kesejahteraan karyawan, termasuk tunjangan, insentif, dan manfaat lainnya.
12. *Partnership Manager*: Tugasnya meliputi identifikasi, negosiasi, dan menjaga kemitraan yang saling menguntungkan. Manajer ini berfokus pada pengembangan hubungan jangka panjang yang memperluas jaringan mitra, baik dalam hal peningkatan penjualan, kerjasama pemasaran, pengembangan produk bersama, atau proyek bersama lainnya. Mereka juga bisa terlibat dalam merancang strategi kemitraan, memantau kinerja mitra, dan memastikan pelaksanaan kesepakatan yang berhasil bagi kedua belah pihak.
13. *Merchandising Manager*: Tugasnya meliputi analisis tren pasar, pemilihan produk, stok, dan strategi harga. Manajer ini merencanakan dan mengelola portofolio produk yang menarik, mengawasi inventaris, serta mengelola penempatan produk di berbagai saluran penjualan. Selain itu, mereka bisa terlibat dalam negosiasi dengan pemasok, perencanaan promosi, dan pengawasan visual merchandising di toko atau platform penjualan online.
14. *Merchant Dev Manager*: Tugasnya meliputi identifikasi dan perekrutan merchant baru, negosiasi kondisi kerja sama, serta pengembangan strategi untuk meningkatkan kinerja dan kesuksesan merchant. Mereka berfokus

pada membangun kemitraan yang saling menguntungkan, mengoptimalkan penjualan merchant, dan meningkatkan pengalaman pengguna melalui keragaman produk dan layanan yang ditawarkan oleh para merchant.

15. *Digital Marketing Manager*: Tugasnya meliputi kewajiban untuk merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi kampanye pemasaran online melalui berbagai saluran digital seperti media sosial, mesin pencari, konten daring, iklan online, dan strategi SEO/SEM. Tujuan utamanya adalah meningkatkan visibilitas merek, meningkatkan lalu lintas situs web, dan mengonversi prospek menjadi pelanggan melalui berbagai platform digital.
16. *Consumer Marketing Manager*: Tugasnya meliputi pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen, analisis pasar, dan pengembangan kampanye pemasaran yang ditujukan untuk mencapai dan mempertahankan pelanggan. Manajer ini merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran yang menarik dan relevan bagi target pasar perusahaan, menciptakan kampanye promosi, serta memantau dan menganalisis kinerja kampanye untuk meningkatkan interaksi dan retensi pelanggan. Mereka juga terlibat dalam penelitian pasar, pengelolaan merek, dan pengembangan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
17. *Data Scientist Manager*: Tugasnya meliputi perancangan strategi analisis data, memimpin pengumpulan, pembersihan, dan analisis data yang relevan untuk menghasilkan wawasan yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis. Manajer ini juga terlibat dalam penggunaan teknik-teknik kecerdasan buatan (AI), machine learning, dan pemodelan statistik untuk mengeksplorasi data dan mengidentifikasi tren, pola, atau insight yang dapat mendukung keputusan strategis perusahaan. Selain itu, mereka memastikan implementasi praktik terbaik dalam analisis data, menyusun laporan, dan berkolaborasi dengan tim lintas fungsi untuk mengaplikasikan hasil analisis dalam pengambilan keputusan bisnis yang cerdas.
18. *Business Analyst Manager*: Tugasnya meliputi pengawasan terhadap analisis kebutuhan bisnis, identifikasi masalah atau kesempatan untuk perbaikan, dan pengembangan solusi yang efisien. Mereka juga bertanggung jawab atas koordinasi dengan berbagai departemen dan pemangku kepentingan dalam rangka memastikan bahwa solusi yang diusulkan sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa perusahaan

memahami, menganalisis, dan mengatasi tantangan bisnisnya secara efektif melalui penggunaan analisis data dan strategi yang tepat.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA