

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profile Perusahaan

PT. Global Loyalty Indonesia (GLI) adalah cabang perusahaan atau dapat dikatakan anak dari Alfamart (PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.). PT. GLI meringkus *brand* dan *partner* guna menambah kesetiaan para *customer* mereka dengan pengelolaan informasi dan data yang akan berubah ke dalam aktivitas pemasaran yang berwawasan luas dan menghasilkan *value* terbaik bagi pelanggan. PT. GLI mengusung prinsip yang menciptakan semangat kerja perusahaan global dan proses kinerja yang berkelanjutan. Hal tersebut ditunjukkan melalui hasil analisa data untuk mencari solusi yang tepat [2].



Gambar 2.1. Logo dari PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

PT. GLI selalu menjaga kepercayaan pelanggan dan beroperasi secara cerdas dan profesional. Lingkungan kerja yang dinamis dan antusias juga memainkan peran yang sangat besar dalam mengampu pekerjaan yang *modern* dan maksimal [2, 4]. Gambar 2.1 merupakan logo dari PT. GLI. PT. GLI juga membuat aplikasi Alfagift, yaitu sebuah perangkat lunak (*software*) berupa aplikasi *mobile groceries omnichannel* di bawah naungan Alfamart [5]. Gambar 2.2 merupakan logo dari aplikasi Alfagift:



Gambar 2.2. Logo dari aplikasi Alfagift

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

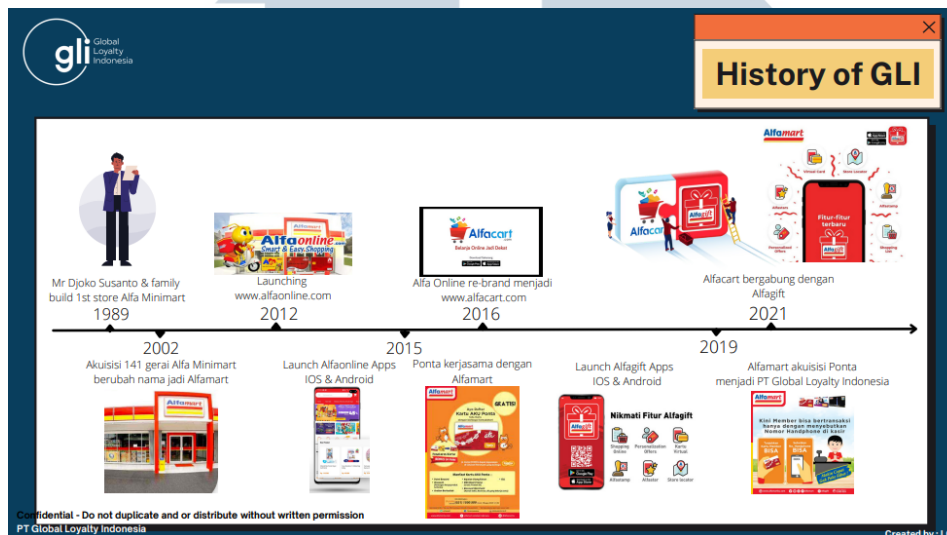
Aplikasi Alfagift [5] merupakan sebuah *software* yang berupa aplikasi (*platform*) digital yang mengusung konsep *membership* yang memberikan kemudahan bagi *customer* Alfagift untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang dapat dilakukan dengan melakukan pembelian melalui aplikasi ini. Di seluruh Indonesia, telah terdapat lebih dari 15.000 toko Alfamart yang telah terhubung dengan aplikasi Alfagift. Selain itu, aplikasi Alfagift juga memungkinkan penggunaannya untuk melakukan pengiriman barang kapanpun dengan gratis dan cepat.

Tujuan dari dibangunnya PT. Global Loyalty Indonesia [2, 4] yaitu mendukung jalinan kerjasama antara perusahaan dengan *customer*. Selain itu, juga untuk menambah peluang bisnis yang lebih cepat lagi dengan tingkat layanan yang tinggi, menggunakan jaringan luas, dan daya saing yang mengglobal. PT. GLI juga menerapkan dan memiliki sekelompok tim berkontribusi penuh (*full support*) untuk menjalankan bisnis supaya dapat beroperasi dengan baik dan lancar, serta agar perusahaan dapat tersebar luas, yaitu dengan cara memperbesar lingkup anggota dan jaringan yang terkait dengan produk yang ditawarkan. PT. Global Loyalty Indonesia juga menerapkan sistem analisis bisnis guna untuk mempermudah *decision making* pada saat menetapkan pengguna produk perusahaan.

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada Gambar 2.3 dapat dilihat bahwa di tahun 1989, Bapak Djoko Susanto beserta keluarganya membangun PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. yang berhasil berkembang luas dan memiliki sebanyak 141 toko Alfa Minimart, yang setelah itu diubah namanya menjadi Alfamart di tahun 2002. Pada tahun 2012, PT. SAT, Tbk. membuat sebuah platform bisnis berbasis *website* untuk membantu *customer* untuk berbelanja dengan efektif dan efisien di toko Alfamart yang diberikan tautan

www.alfaonline.com. Diikuti dengan teknologi yang pesat, PT. SAT, Tbk. membuat sebuah perangkat lunak (software) berupa aplikasi yang bekerja sama dengan perusahaan Ponta bernama Alfaonline di *platform mobile* (iOS dan Android) pada tahun 2015 [2].



Gambar 2.3. Sejarah dari PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. melakukan *re-branding* Alfa Online menjadi www.alfacart.com pada tahun 2016. Setelah itu, mereka membuat sebuah aplikasi baru yang digabung dengan aplikasi Ponta bernama Alfagift pada tahun 2019. Aplikasi tersebut dapat beroperasi di *platform mobile* (iOS dan Android). Aplikasi Alfagift merupakan aplikasi yang memungkinkan *customer* untuk selalu *update* mengenai penawaran khusus yang sedang berlangsung dan hanya ditawarkan pada aplikasi Alfagift. PT. SAT, Tbk. mengambil alih perusahaan Ponta dan melakukan *re-branding* menjadi PT. Global Loyalty Indonesia di tahun yang sama. Setelah itu, di waktu yang belum lama ini, lebih tepatnya pada tahun 2021, PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. menggabungkan Alfacart dengan Alfagift [2].

2.3 Visi, Misi, dan Nilai yang dianut Perusahaan

1. Visi dari PT. Global Loyalty Indonesia [2]:

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

2. Misi dari PT. Global Loyalty Indonesia [2]:

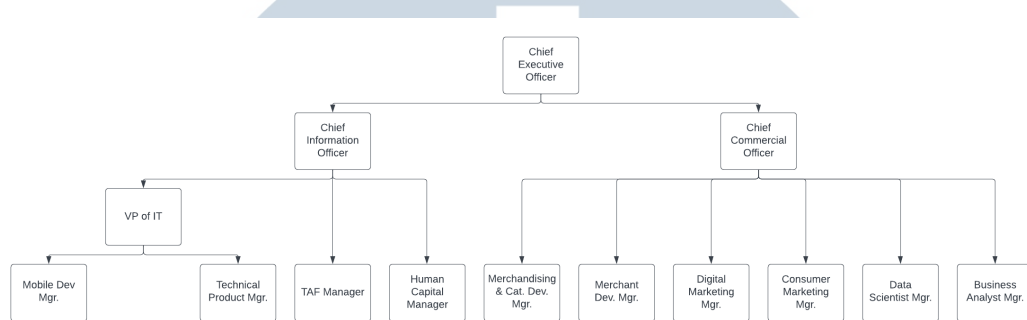
- Membangun organisasi yang terpercaya, terus bertumbuh, dan bermanfaat bagi pelanggan melalui kolaborasi dengan *partner* bisnis, *stakeholder*, dan afiliasi.
- Menyediakan wawasan strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan melalui solusi data yang akurat.
- Memberdayakan seluruh generasi dalam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

3. Nilai yang dianut oleh PT. Global Loyalty Indonesia [2]:

- Integritas yang tinggi
Menjunjung tinggi sikap kejujuran, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika, serta bertanggung jawab terhadap setiap pekerjaan.
- Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik
Berpikir secara kreatif dalam bekerja dan berkomitmen tinggi untuk melakukan perbaikan dan perkembangan cara kerja secara terus menerus.
- Kualitas dan produktivitas yang tertinggi
Mampu fokus dalam menjalankan tugas dan pada target yang ingin dicapai, sehingga mempunyai pencapaian hasil kerja yang lebih baik.
- Kerjasama tim
Terlibat aktif dalam mengerjakan tugas, serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.
- Kepuasan pelanggan melalui pelayanan terbaik
Memberikan kualitas pelayanan tinggi, dengan kata lain berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.4 ini merupakan dokumentasi dari struktur organisasi PT. Global Loyalty Indonesia [2]:



Gambar 2.4. Struktur organisasi dari PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

Pada Gambar 2.4, dapat dilihat bahwa PT. Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh seorang CEO (*Chief Executive Officer*), yaitu Bapak Ryan Alfons Kaloh. Tugas Bapak Ryan sebagai seorang CEO adalah bertanggung jawab untuk memastikan bahwa bisnis beroperasi dengan keuntungan dan memenuhi tujuannya. Di bawah naungan Bapak Ryan, terdapat seorang *Chief Information Officer* (CIO), yaitu Bapak Chandra Hermawan dan *Chief Commercial Officer* (CCO), yaitu Ibu Anastasia Linda Valentine, yang dimana mereka memegang departemen yang berbeda. Bapak Chandra bertanggung jawab atas IT dan sistem komputer yang mendukung tujuan perusahaan, misalnya berinovasi, berkolaborasi, menyeimbangkan anggaran IT, dan memotivasi staf IT. Sedangkan Ibu Linda memiliki tugas untuk mengawasi dan mengelola semua aspek komersial dari operasi perusahaan, seperti mendorong perolehan pendapatan, pertumbuhan bisnis, dan profitabilitas. Bapak Chandra memiliki seorang pendamping yaitu Bapak Erick Alviyendra, yang dimana beliau merupakan seorang *Vice President* (VP) of IT yang bertanggung jawab atas desain, pengembangan, dan implementasi sistem informasi organisasi, aplikasi perangkat lunak, serta IT *Support* dan sistem infrastruktur. Bapak Erick memegang departemen *Mobile Developer* yang mengoperasikan aplikasi Alfagift dan departemen *Technical Product* yang merupakan divisi IT internal PT. GLI. Di dalam departemen *Mobile Developer* (*E-commerce*), terdapat departemen *Product Operation* yang dikepalai oleh Bapak Benny Chandra. Bapak Benny membantu menjembatani kesenjangan antara produk, perekayasa, dan kesuksesan pelanggan, seperti meningkatkan kerja tim sehingga ada pendekatan

yang lebih konsisten dalam mengelola perangkat dan proses serta berbagai aspek yang diperlukan untuk menjalankan tim produk yang sukses. Divisi *Quality Assurance* masuk ke dalam naungan Bapak Benny yang sekaligus merupakan *supervisor* magang [2].



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA