

## BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Alfamart dibangun oleh Bapak Djoko Susanto dan keluarga pada tahun 1989 sebagai perusahaan yang menjual aneka produk. Kemudian beliau menjual mayoritas kepemilikan saham kepada PT HM Sampoerna Tbk pada bulan Desember 1989. Alfamart memiliki visi yaitu "Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas yang berfokus untuk mendukung pengusaha kecil dan pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global" [3]. Pada awal terbentuknya Alfamart dinamakan *Alfa Minimart*, dan kemudian pada tahun 2002, 141 gerai diakuisisi dan diganti nama menjadi Alfamart. Beberapa tahun berjalan, Alfamart terus mengalami perkembangan serta telah mencapai ribuan gerai dan mulai memasuki target pasar yang sebelumnya belum pernah dijangkau.

Pada tahun 2012, Alfamart mendirikan anak perusahaan yang bernama PT Sumber Indah Lestari yang bergerak di bidang perdagangan eceran kosmetik. Pada tahun tersebut juga Alfamart telah memasuki pasar Medan dan telah memiliki 7000 lebih gerai yang beroperasi di Indonesia. Pada tahun 2013, Alfamart mendapat akuisisi saham tambahan oleh PT Midi Utama Indonesia Tbk dan pendirian anak perusahaan baru yaitu perusahaan Alfamart Retail Asia Pte. Ltd. Setelah beberapa tahun berlalu dan gerai yang dimiliki pun terus bertambah hingga 14.300 lebih gerai, pada tahun 2019 Alfamart mengakuisisi PT Global Loyalty Indonesia (GLI) dengan kepemilikan saham senilai 75%, serta merilis aplikasi baru bernama *Alfagift* yang memungkinkan pengguna untuk selalu mendapatkan informasi yang *up to date* terhadap promosi dan penawaran khusus yang hanya ada jika pengguna menggunakan aplikasi *Alfagift* ini.

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) memiliki tujuan yaitu sebagai penyedia solusi berbasis pengetahuan dan juga penyedia layanan IT yang terpercaya, profesional dalam menjalin kerjasama antara pebisnis dan konsumen untuk meningkatkan peluang bisnis yang lebih luas [4]. GLI memiliki logo seperti pada Gambar 2.1. GLI memiliki sebuah produk yang dinamakan *Alfagift*, *Alfagift* merupakan suatu aplikasi mobile yang dibuat dengan tujuan menghubungkan antara penjual dan pembeli melewati suatu aplikasi. Pada 30 November 2021, *Alfagift*

terpilih sebagai *Best Omnichannel Solution for Retail Consumer* dan pada tanggal 12 Oktober 2022, Alfagift juga mendapat penghargaan sebagai *Marketeers Editor's Award 2022* serta beberapa penghargaan lainnya. Tidak hanya itu, GLI juga merupakan penghubung antara beberapa anak perusahaan alfamart yang masih memiliki keterikatan di bidang retail dalam melakukan pengolahan penjualan barang di aplikasi alfagift.



Gambar 2.1. Logo perusahaan PT Global Loyalty Indonesia  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan, PT Global Loyalty Indonesia (GLI) memiliki visi dan misi perusahaan. Berikut merupakan visi dan misi GLI:

### 2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi industri terdepan dalam menciptakan loyalitas pelanggan melalui penyediaan solusi berbasis pengetahuan [5].

### 2.2.2 Misi Perusahaan

Berikut merupakan misi dari PT Global Loyalty Indonesia [5].

1. Membangun perusahaan yang terpercaya, terus berkembang, dan menguntungkan pelanggan melalui kerja sama dengan partner bisnis, afiliasi, dan *stakeholder*.

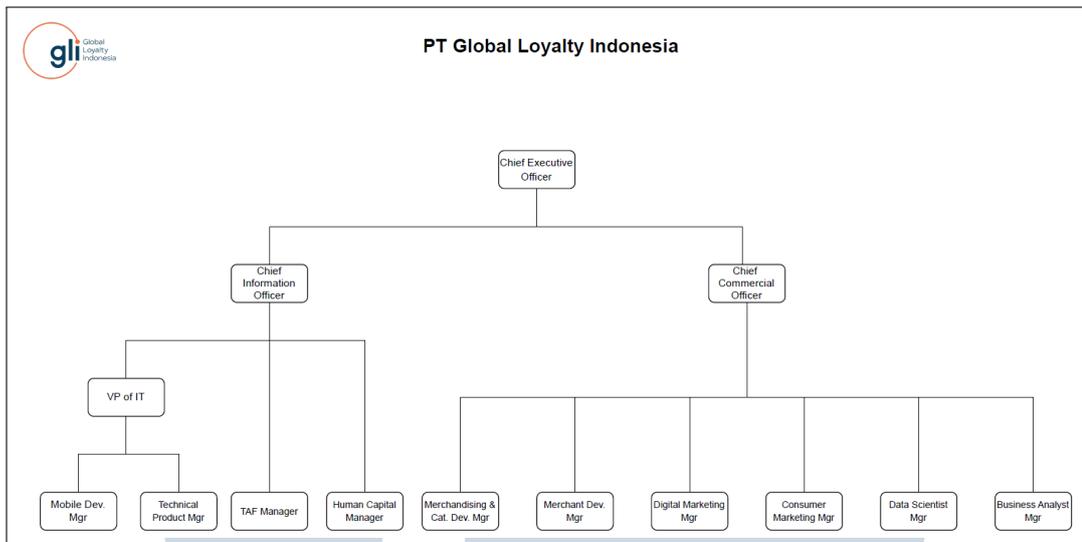
2. Menyediakan pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif kepada pelanggan melalui solusi data yang akurat.
3. Memfasilitasi seluruh generasi untuk mengembangkan metode belanja yang diikuti oleh kemajuan teknologi.
4. Memberikan pengalaman belanja yang memuaskan untuk seluruh pelanggan dengan program loyalitas terbaik.
5. Menjadi sarana bekerja yang nyaman dalam mengembangkan diri bagi para talenta berbakat.

### 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Seperti pada Gambar 2.2, PT Global Loyalty Indonesia (GLI) memiliki struktural perusahaan yang dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO). CEO memiliki peran sebagai pemimpin serta mengambil sebuah keputusan demi keberlangsungan perusahaan. Dibawah CEO terdapat *Chief Information Officer* (CIO) & *Chief Commercial Officer* (CCO). CIO memiliki peran sebagai penjamin ketersediaan, keakuratan, ketepatan, dan keamanan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Dibawah CIO terdapat *Vice President* (VP) of IT yang berperan sebagai kepala dari keseluruhan divisi yang ada dibawahnya serta bertanggung jawab penuh terhadap divisi yang dipimpin. VP of IT bertanggung jawab terhadap beberapa divisi seperti *Human Capital Manager*, *Technical Product Manager*, *TAF Manager*, dan *Mobile Development Manager*.

Sedangkan CCO memiliki peran sebagai tali penghubung masyarakat pada sebuah perusahaan dan melakukan persetujuan terhadap kerja sama yang akan buat. *Chief Commercial Officer* juga memiliki tanggung jawab yang sama seperti CIO terhadap posisi jabatan yang ada dibawahnya. Divisi-divisi yang menjadi tanggung jawab seorang CCO antara lain *Digital Marketing Manager*, *Consumer Marketing Manager*, *Merchandising & Category Development Manager*, *Merchant Development Manager*, *Data Scientist Manager*, dan *Business Analyst Manager*.



Gambar 2.2. Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA