

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo PT Global Loyalty Indonesia.

PT Global Loyalty Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya yang bersifat multinasional dan didirikan pada tahun 2014. PT Global Loyalty Indonesia bergerak di bidang pengembangan Customer Relationship Management (CRM). Perusahaan ini memiliki produk aplikasi digital yang bernama Alfagift. Alfagift merupakan sebuah produk aplikasi digital yang berbasis membership, dimana para pengguna Alfagift dapat berbelanja memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.



Gambar 2.2. Logo Alfagift.

Pada tahun 1989, Bapak Djoko Susanto yang merupakan seorang pengusaha sekaligus pendiri dari PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) membangun bisnis pasar swalayan pertamanya bersama keluarga dengan meluncurkan toko yang disebut dengan Alfa Minimart. Toko pertama tersebut dibuka di gudang milik

perusahaan PT HM Sampoerna di Jalan Lodan, Jakarta Pusat. Pada saat itu Bapak Djoko Susanto bekerja sama dengan Putera Sampoerna.

Bisnis swalayan tersebut berkembang pesat pada 2002, sebanyak 141 toko Alfa Minimart yang tersebar diakuisisi oleh Bapak Djoko Susanto dan merubah namanya menjadi Alfamart. Seiring dengan berkembangnya segi teknologi pada tahun 2012 Alfamart melihat 3 sebuah peluang yang dirasa cukup efektif untuk mengembangkan kemajuannya, sehingga Alfamart memberikan pelayanan online melalui sebuah website yang bernama Alfaonline. Tujuan adanya Alfaonline tersebut tentunya agar memberikan kemudahan kepada pelanggan sehingga bisa lebih hemat waktu dan tenaga.

Tidak cukup sampai di website, pada tahun 2015 kemunculan smartphone Android dan IOS berhasil dimanfaatkan oleh Alfamart sebagai peluang bisnis, sehingga Alfamart merilis sebuah Alfaonline Apps untuk Android dan IOS. Pada tahun ini Alfamart juga melakukan kerjasama dengan Ponta, sebuah perusahaan yang memberikan jasa Coalition Loyalty Marketing Program, atau lebih dikenal sebagai Program Loyalitas Multipartner, dimana manfaat keanggotaannya bisa digunakan pada banyak partner maupun merchant sekaligus.

Lalu pada tahun 2016 seluruh platform Alfaonline pada website maupun aplikasi smartphone melakukan rebranding menjadi Alfacart. Selanjutnya pada tahun 2019, Alfamart merilis aplikasi smartphone baru yang bernama Alfagift. Pada tahun yang sama, Ponta diakuisisi oleh Alfamart dan mengubah namanya menjadi PT Global Loyalty Indonesia. Pada tahun 2021 platform online sebelumnya yaitu dimiliki oleh Alfamart yaitu Alfacart dan Alfagift sepakat untuk bergabung dengan membawa nama Alfagift.

Didirikannya PT Global Loyalty Indonesia bertujuan untuk membantu menjalin kerjasama antar bisnis dengan para pelanggan dan juga membantu meningkatkan peluang bisnis lebih cepat dengan menggunakan networking yang luas, tingkat pelayanan yang tinggi, dan juga dapat bersaing secara global.

### 2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT Global Loyalty Indonesia yaitu menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. PT Global Loyalty Indonesia memiliki beberapa misi berikut:

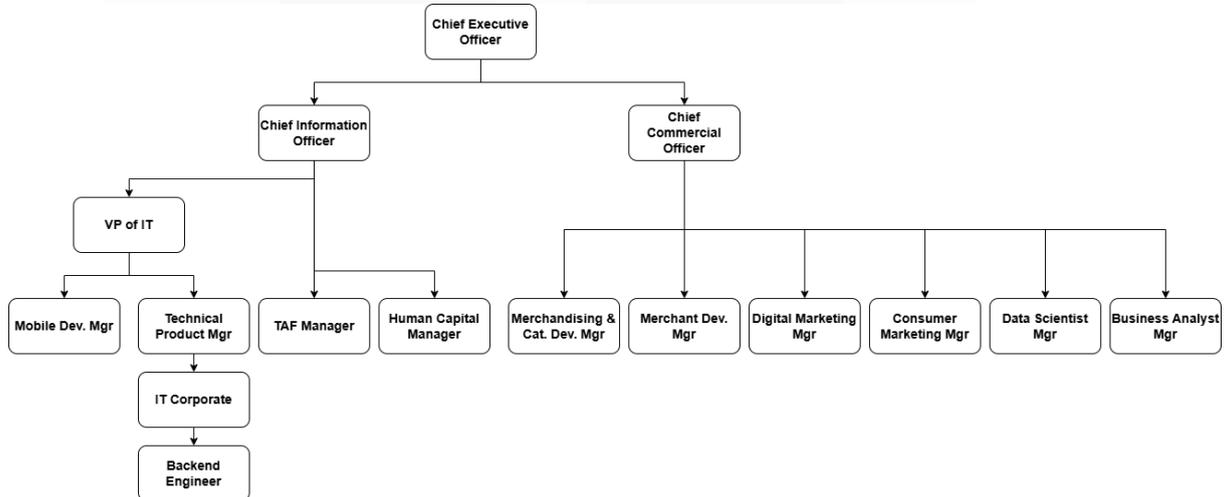
- Membangun organisasi yang terpercaya, terus bertumbuh, dan bermanfaat bagi pelanggan melalui kolaborasi dengan partner bisnis, stakeholder, dan afiliasi.
- Menyediakan wawasan strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan melalui solusi data yang akurat.
- Memberdayakan seluruh generasi dalam menghadirkan 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.

PT Global Loyalty Indonesia juga memiliki budaya yang dikenal dengan sebutan “BUDAYA KERJA 2I & 3K” yang merupakan singkatan dari:

- **Integritas** yang tinggi
- **Inovasi** untuk kemajuan yang lebih baik
- **Kualitas & produktivitas** yang tertinggi
- **Kerjasama** tim
- **Kepuasan** pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi perusahaan dari PT Global Loyalty Indonesia yang dapat dilihat pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 Keseluruhan struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia.

Chief Executive Officer dari PT Global Loyalty Indonesia memiliki 2 posisi bawahan, yaitu Chief Information Officer yang berfokus pada hal teknis atau internal dan Chief Commercial Officer yang berfokus pada penjualan atau konsumen. VP of IT mengawasi 2 posisi dibawahnya yaitu Mobile Dev. Mgr dan Technical Product Mgr. Penulis berada dibawah departemen IT Corporate yang juga dibawah Technical Product Mgr, karena posisi yang didapat berhubungan dengan kelancaran operasional internal perusahaan. IT Corporate disini berkaitan dengan pendalaman teknologi, seperti arsitektur, API, database, kebutuhan dan spesifikasi teknis, dan Quality Assurance.