

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT GLocal Loyaty Indonesia didirikan pada tahun 1989. Pada 27 Agustus 1989, bapak Djoko Susanto, pendiri PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart), bersama keluarganya mendirikan toko swalayan bernama Alfa Minimart. Toko pertama terletak di gudang PT HM Sampoerna yang terletak di Jalan Lodan, Jakarta Pusat. Putera Sampoerna dan Bapak Djoko Susanto bekerja sama.

Pada tahun 2002, bisnis swalayan yang telah dibangun tersebut berkembang menjadi 141 toko gerai Alfa Minimart. Setelah Alfa Minimart berhasil, Bapak Djoko Susanto mengubahnya menjadi Alfamart. Dengan mengikuti perkembangan teknologi yang begitu cepat, Alfamart memutuskan untuk melakukan terobosan baru dengan mendirikan toko retail online bernama Alfaonline [1].

Alfamart membuat aplikasi berbasis Android dan IOS untuk memanfaatkan tren smartphone tahun 2015. Pada tahun yang sama, Alfamart melakukan kerjasama dengan Ponta, sebuah perusahaan yang menyediakan layanan Coalition Loyalty Marketing Program [2], atau Program Loyalitas Multipartner. Pada tahun yang sama, Alfamart meluncurkan aplikasi Alfaonline berbasis Android dan IOS.

Pada tahun 2016, merek Alfaonline diganti menjadi Alfacart untuk semua aplikasi berbasis web, Android, dan IOS [3]. Pada tahun 2019, Alfamart meluncurkan aplikasi Alfacart berbasis Android dan IOS. Pada tahun yang sama, Alfamart membeli 75% saham Ponta. Selanjutnya, pengakuan Ponta diubah menjadi PT GLocal Loyalty Indonesia dengan tujuan untuk menjadi mitra yang dapat meningkatkan peluang bisnis dan bersaing di seluruh dunia menggunakan jaringan yang luas, tingkat pelayanan yang tinggi, dan sistem analitik [4]. Pada akhirnya tahun 2021, Alfacart bergabung dengan Alfacart. Aplikasi Alfacart sekarang dapat diakses melalui situs web, Android, dan IOS.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

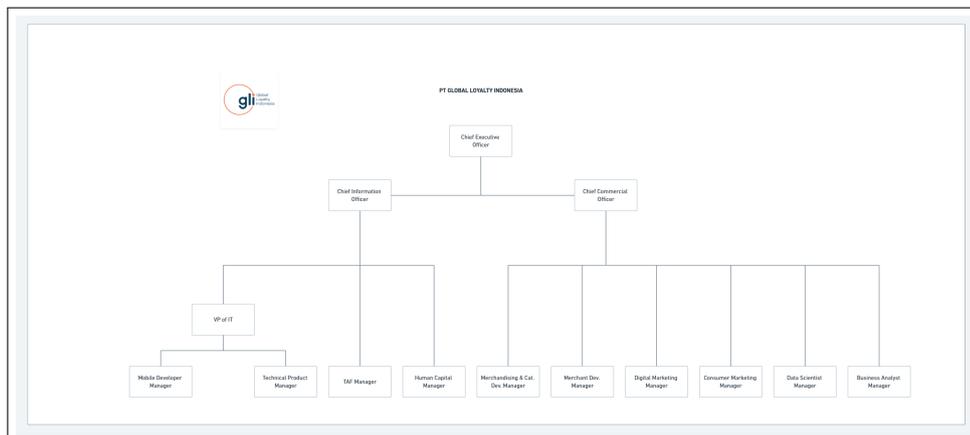
Menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

2.2.2 Misi Perusahaan

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 bekerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia

Gambar 2.1 menunjukkan struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia. PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh *Chief Executive Officer*, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis yang berkaitan dengan pengembangan perusahaan. Berikut adalah penjelasan tiap posisi pada struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia.

1. *Chief Executive Officer*(CEO) : bertanggung jawab atas visi dan misi perusahaan, bertindak sebagai juru bicara utama perusahaan, dan berhubungan dengan investor, dewan direksi, dan media. Keberhasilan perusahaan bergantung pada keputusan CEO sebagai pengawas operasional.
2. *Chief Information Officer* (CIO) : bertanggung jawab atas rencana teknologi informasi (IT) perusahaan yang bertujuan untuk menjamin infrastruktur IT aman dan efisien. Selain itu, CIO bertanggung jawab untuk mengelola risiko dan kepatuhan terhadap peraturan serta mendorong kemajuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi bisnis.
3. *Chief Commercial Officer* (CCO) : bertanggung jawab atas strategi penjualan dan pemasaran perusahaan, mengawasi penjualan, pemasaran, dan pengembangan. Selain itu, CCO bertanggung jawab atas upaya untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.
4. *Vice President of IT* (VP of IT) : VP IT bekerja langsung di bawah CIO dan membantu merencanakan, mengembangkan, dan mengelola infrastruktur IT, serta tim dan proyek IT. VP juga berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis terkait IT.
5. *Mobile Dev Manager* : merencanakan dan menerapkan strategi pengembangan aplikasi *mobile* dan memimpin tim pengembangannya.
6. *Technical Product Manager* : bertanggung jawab atas roadmap teknis dan pengembangan produk, dan berinteraksi dengan tim pengembangan dan pemangku kepentingan lainnya untuk memastikan kesuksesan produk dari perspektif teknis. Manajer produk teknis juga bekerja sama dengan tim teknis untuk mengembangkan produk sesuai kebutuhan pengguna dan memastikan bahwa implementasi sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan.
7. *Tax and Finance Manager* (TAF) : bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan dan pajak perusahaan, termasuk memastikan kepatuhan pajak dan mengelola laporan, analisis, dan perencanaan pajak.
8. *Human Capital Manager* (HC) : bertanggung jawab atas manajemen sumber daya manusia (SDM) dalam organisasi, merencanakan dan mengelola proses perekrutan, seleksi, penempatan, pengembangan karyawan, dan melakukan kegiatan administrasi sumber daya manusia seperti penggajian, manajemen kinerja, dan PHK.

9. *Merchandising & Cat. Dev Manager* : bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola strategi merchandising dengan melihat tren pasar dan perilaku pelanggan untuk menghasilkan strategi kategori yang berhasil. *Manager Merchandising & Cat. Dev* juga bertanggung jawab untuk mengelola inventarisasi produk, menetapkan harga, menampilkan produk di toko fisik dan online, dan menjalin hubungan dengan pemasok untuk bernegosiasi harga dan menjual produk.
10. *Merchant Dev Manager* : mengembangkan hubungan dengan mitra atau penjual untuk meningkatkan portofolio produk atau layanan, menemukan peluang bisnis baru, dan memastikan produk tersedia dari mitra atau penjual.
11. *Digital Marketing Manager* : bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau layanan dengan mengembangkan dan menerapkan strategi yang mencakup pencarian mesin telusur (SEO), SEM, dan pemasaran konten.
12. *Consumer Marketing Manager* : bertanggung jawab atas pengembangan strategi pemasaran untuk menjangkau dan mempertahankan pelanggan dengan merencanakan dan menerapkan kampanye pemasaran di berbagai platform seperti iklan, promosi, dan acara. *Consumer Marketing Manager* juga bertanggung jawab untuk mengelola program loyalitas pelanggan dan insentif untuk meningkatkan retensi pelanggan.
13. *Data Scientist Manager* : mengumpulkan, memproses, dan menganalisis data untuk mengembangkan dan menerapkan model prediktif untuk menemukan pola, tren, dan masalah bisnis dan membantu pengambilan keputusan.
14. *Business Analyst Manager* : bertanggung jawab atas analisis bisnis dan penyediaan wawasan yang mendukung pengambilan keputusan strategis dengan menemukan dan menganalisis tren bisnis serta peluang untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas. *Business Analyst Manager* juga bertanggung jawab untuk membuat proyeksi dan perkiraan bisnis berdasarkan analisis data dan bekerja sama dengan tim manajemen dan departemen fungsional lainnya untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif.