

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo Perusahaan

Sumber: [6]

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) yang bergerak di bidang layanan digital dan solusi loyalitas pelanggan. GLI menyediakan berbagai layanan strategis, antara lain solusi berbasis data (*data solution*), kemitraan dengan pelaku usaha (*merchant partner*), pengelolaan hubungan pelanggan (*customer relationship management*), sistem penukaran voucher dan poin (*voucher & points exchange*), serta aktivasi dan komunikasi digital (*digital activation & communication*) [6]. Kantor pusat PT Global Loyalty Indonesia berlokasi di Alfa Tower lantai 24 dan 29, kawasan Alam Sutera, Tangerang, Banten.

Perjalanan dan perkembangan PT Global Loyalty Indonesia tidak dapat dipisahkan dari transformasi digital yang dilakukan oleh Alfamart sebagai induk perusahaan. Pada tahun 1989, gerai pertama dengan nama Alfa Minimart didirikan oleh Bapak Djoko Susanto bersama keluarganya. Kemudian pada tahun 2002, dilakukan akuisisi terhadap 141 gerai Alfa Minimart yang selanjutnya diubah namanya menjadi Alfamart. Dengan semakin majunya teknologi dan meningkatnya kebutuhan konsumen akan kemudahan berbelanja, dan pada tahun 2012 Alfamart meluncurkan situs belanja daring pertamanya dengan melalui sebuah *website* yang

bernama www.alfaonline.com.

Kemudian pada tahun 2015 menjadi momentum penting ketika aplikasi Alfaonline diluncurkan dalam versi *mobile* dirilis secara resmi pada *Play Store* dan *App Store*, sehingga memberikan kemudahan akses belanja dari perangkat seluler. Di tahun yang sama, Alfamart juga mulai menjalin kerja sama dengan Ponta sebagai perusahaan yang menyediakan layanan *Coalition Loyalty Marketing Program*, yaitu suatu bentuk program loyalitas yang melibatkan berbagai mitra (*multi-partner loyalty program*). Selanjutnya pada tahun 2016, Alfaonline mengalami transformasi brand menjadi Alfacart dengan domain baru www.alfacart.com.

Inovasi terus berlanjut hingga tahun 2019 ketika Alfamart meluncurkan aplikasi Alfagift yang dirilis secara resmi pada *Play Store* dan *App Store*. Aplikasi ini dirancang sebagai platform belanja sekaligus program loyalitas pelanggan. Di tahun yang sama, Alfamart mengakuisisi Ponta dan membentuk PT Global Loyalty Indonesia yang berfokus pada pengembangan sistem loyalitas pelanggan berbasis teknologi dan data. Akhirnya, pada tahun 2021 Alfacart secara resmi digabungkan ke dalam Alfagift, menjadikan Alfagift sebagai platform utama untuk menunjang kegiatan belanja digital sekaligus menghadirkan fitur loyalitas pelanggan dalam satu aplikasi yang terintegrasi dan berorientasi pada kepuasan pengguna.



Gambar 2.2. Logo Alfagift

Sumber: [7]

Gambar 2.2 di atas merupakan logo Alfagift, Alfagift merupakan produk unggulan dari PT Global Loyalty Indonesia (GLI) yang berfungsi sebagai platform *e-grocery* milik Alfamart. Alfagift sendiri sebuah platform *e-grocery* yang mengintegrasikan pengalaman berbelanja secara daring dan luring di jaringan ritel Alfamart. Aplikasi ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi serta kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Melalui Alfagift, pengguna dapat melakukan transaksi digital, memanfaatkan sistem pembayaran berbasis

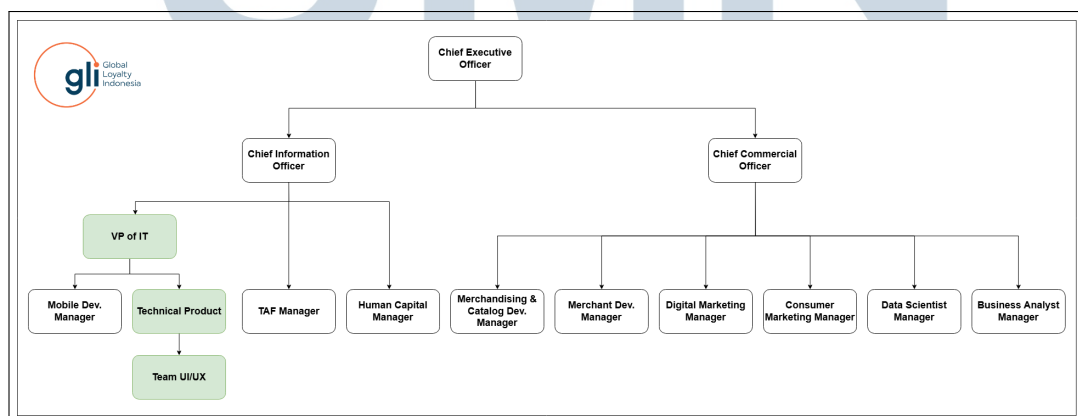
kode QR, mengakses informasi lokasi gerai Alfamart terdekat, serta memperoleh berbagai manfaat dari program loyalitas pelanggan yang tersedia.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia memiliki visi menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan memiliki misi sebagai berikut:

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



Gambar 2.3. Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia

Gambar 2.3 di atas menunjukkan struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia, di mana posisi tertinggi ditempati oleh *Chief Executive Officer* (CEO) yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi keseluruhan aktivitas perusahaan serta memastikan operasional bisnis berjalan secara optimal dengan target strategis yang telah ditetapkan. Di bawah CEO, terdapat dua posisi yaitu *Chief Information Officer* (CIO) dan *Chief Commercial Officer* (CCO). CIO bertanggung jawab terhadap pengawasan berbagai unit kerja, termasuk VP of IT, *TAF Manager*, dan *Human Capital Manager*. VP of IT memiliki peran dalam membina dan mengarahkan departemen *Mobile Developer* serta *Technical Product*. Departemen *Technical Product* menaungi empat tim utama, yaitu tim *Project Manager* (PM), *Product Development* (Prodev), dan *UI/UX Designer*. Posisi yang dijalani berada di bawah departemen *Technical Product* serta tergabung dalam tim *UI/UX Designer*.

