

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *loyalty program* dan *customer engagement* [10]. Perusahaan ini didirikan dengan tujuan untuk membantu bisnis dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan melalui berbagai strategi berbasis data, teknologi, dan inovasi digital. PT Global Loyalty Indonesia juga merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya (SAT) atau yang biasa dikenal sebagai Alfamart [4]. Logo Alfamart sendiri dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logo Alfamart

PT Sumber Alfaria Trijaya sendiri telah berdiri sejak bulan Desember 1989 dan dimulai sebagai perusahaan dagang aneka produk oleh Djoko Susanto dan keluarga. Pada 2002, perusahaan mengakuisisi 141 gerai Alfa Minimart dan berganti nama menjadi Alfamart [11]. Sejak itu, Alfamart terus berkembang pesat dengan ekspansi ke berbagai daerah, termasuk Bali, Medan, Jambi, Pekanbaru, dan Banjarmasin. Ekspansi terus berlanjut hingga ke Filipina pada 2014 melalui pendirian Alfamart Trading Philippines Inc. Selain itu, Alfamart juga mengembangkan bisnisnya dengan mendirikan anak perusahaan di sektor perdagangan kosmetik (PT Sumber Indah Lestari).

Pada tahun-tahun berikutnya, Alfamart terus memperluas jaringan dan inovasi bisnisnya, termasuk meluncurkan AlfaMind, platform virtual store berbasis *Augmented Reality*. Yang pada akhirnya pada tahun 2019 pun Alfamart *launch* aplikasi Alfagift dengan maksud untuk pengguna selalu *up-to-date* dengan promosi yang berlangsung hingga mendapatkan penawaran khusus yang hanya tersedia di aplikasi. Pada tahun yang sama, PT Global Loyalty Indonesia pun di akuisisi oleh Alfamart dengan kepemilikan sebesar 75%. Setelah itu, ekspansi gerai Alfamart terus meningkat hingga mencapai lebih dari 19.000 unit pada 2023, termasuk lebih dari 1.600 gerai di Filipina dan 3.003 toko SAPA (Siap Antar Pesanan Anda). Perusahaan juga memperluas pasar ke Papua, Aceh, Bintan, dan beberapa daerah lainnya, serta mengembangkan jaringan distribusi dengan membangun gudang di berbagai wilayah.

Sebagai anak perusahaan Alfamart, PT Global Loyalty Indonesia didirikan untuk mengelola dan mengembangkan loyalitas berbasis digital yang lebih luas. PT Global Loyalty Indonesia turut berkontribusi dalam ekspansi digital Alfamart dengan mengintegrasikan sistem *membership* dan *reward* yang semakin memudahkan pelanggan dalam mengakses berbagai *promo*, *cashback*, serta keuntungan eksklusif lainnya. Keberadaan GLI juga memperkuat strategi pemasaran Alfamart dengan menghadirkan pengalaman belanja yang lebih *personalized* dan *customer-centric* melalui program loyalitas yang lebih terarah. PT Global Loyalty Indonesia atau GLI juga memiliki logo yang dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2 Logo PT Global Loyalty Indonesia

Tentunya produk utama yang dikembangkan oleh PT Global Loyalty Indonesia adalah aplikasi Alfagift, sebuah aplikasi berbasis digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan berbelanja serta meningkatkan pengalaman pelanggan melalui berbagai fitur [10]. Alfagift menawarkan program keanggotaan (*membership*), *reward* poin, promo eksklusif, cashback, serta layanan pesan antar atau *delivery* yang memungkinkan pelanggan berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan lebih praktis dan efisien.



Gambar 2.3 Logo Alfagift

Logo Alfagift pada Gambar 2.3 menampilkan kotak hadiah berwarna merah dengan pita di atasnya, yang melambangkan konsep "*gift*" atau hadiah yang mencerminkan berbagai keuntungan, promo, dan penawaran menarik bagi pelanggan. Warna merah pada kotak hadiah memberikan kesan energi dan semangat, sementara pita putih menambahkan nuansa *eksklusif*. Di sebelahnya, terdapat tulisan "Alfagift" dengan kombinasi warna biru pada "Alfa" dan merah pada "*gift*", yang tetap konsisten dengan identitas merek Alfamart, di mana biru melambangkan kepercayaan dan profesionalisme, sedangkan merah menarik perhatian dan memperkuat kesan hadiah. Di bawah kotak hadiah, terdapat pita biru dengan tulisan "*My Groceries Solution*", yang menegaskan bahwa Alfagift adalah solusi praktis dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari secara *online*. Warna biru pada pita memberikan kesan stabilitas dan kepercayaan terhadap layanan Alfagift.

Alfagift telah digunakan oleh lebih dari 23 juta *member* di berbagai pulau di Indonesia. Tampilan awal aplikasi Alfagift dapat dilihat pada gambar 2.4. Dapat dilihat bahwa Alfagift menawarkan berbagai fitur unggulan. Salah satu fitur utama adalah program loyalitas, di mana pengguna dapat

mengumpulkan dan menukar A-Poin, serta memanfaatkan *voucher* dan stempel untuk mendapatkan berbagai keuntungan tambahan



Gambar 2.4 Tampilan Awal Alfagift

Alfagift juga menyediakan beragam promo menarik, seperti "THR Hujan Emas" dan diskon khusus selama periode tertentu, yang semakin

meningkatkan pengalaman berbelanja. Dengan kategori produk yang beragam, mulai dari produk *online*, kebutuhan ibu dan bayi, kecantikan, hingga layanan isi ulang dan tagihan, aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu platform. Selain itu, Alfagift juga menawarkan opsi pengambilan pesanan di toko pilihan, seperti yang ditampilkan pada lokasi "X ALFA TOWER," sehingga pelanggan dapat lebih fleksibel dalam menerima barang. Tak hanya itu, aplikasi ini juga mendukung integrasi dengan dompet digital Virgo, yang memungkinkan transaksi lebih mudah dan praktis.

2.1.1 Visi Misi

Visi dari PT Global Loyalty Indonesia adalah menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Misi dari PT Global Loyalty Indonesia sendiri mencakup di bawah ini.

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.

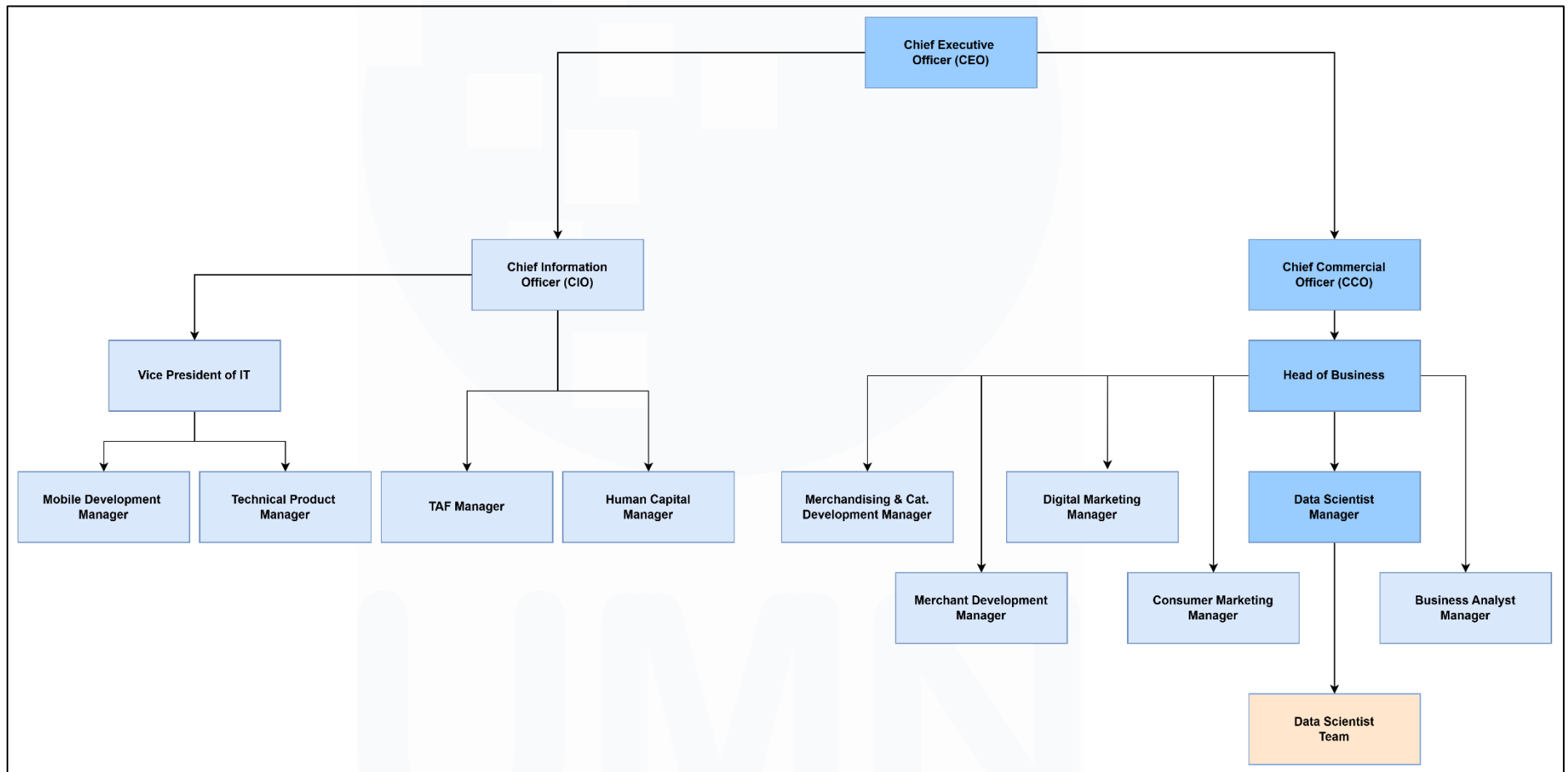
Ada pula nilai-nilai yang dipegang oleh PT Global Loyalty Indonesia yang disebut dengan '2I3K' dengan pengertian sebagai berikut:

1. Integritas yang tinggi

2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik
3. Kualitas & Produktivitas yang tertinggi
4. Kerja sama tim
5. Kepuasan Pelanggan melalui pelayanan yang terbaik

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia dapat dilihat pada gambar 2.5. PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang mempunyai tanggung jawab atas seluruh tim perusahaan. Lalu dibawah CEO, terdapat juga Chief Information Officer (CIO) dan Chief Commercial Officer (CCO). CIO mengawasi Vice President of IT yang mencakup Mobile Development Manager, Technical Product Manager, TAF Manager, dan Human Capital Manager. Selain itu, CCO mengawasi Head of Business yang mencakup Merchandising & Cat. Development Manager, Merchant Development Manager, Digital Marketing Manager, Consumer Marketing Manager, Business Analyst Manager, hingga Data Scientist Manager yang memimpin tim Data Scientist. Selama proses kerja magang dilakukan, bimbingan diperoleh dari Bapak Ivan sebagai anggota tim Data Scientist dan diawasi oleh Data Scientist Manager yaitu, Bapak Denny Desanleon Yuwono.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia