

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Global Loyalty Indonesia atau yang dikenal sebagai GLI, sebuah perusahaan yang menyediakan dan bergerak di solusi loyalitas serta teknologi informasi. Global Loyalty Indonesia merupakan anak dari perusahaan dari PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) atau dikenal sebagai Alfamart. Perusahaan ini menyediakan berbagai layanan seperti *Data Solution*, *Merchant Partner*, *Customer Relationship Management*, *Voucher & Points*, serta *Digital Activation & Communication*. Lokasi perusahaan ini terletak di Alam Sutera, Tangerang, tepatnya pada Alfa Tower. Kantor perusahaan terletak di Lantai 2, 24, dan 29.



Gambar 2.1 Logo PT. Global Loyalty Indonesia

Bermula dari tahun 1989, Djoko Susanto beserta keluarganya mendirikan sebuah toko bernama Alfa Minimart yang kemudian berganti nama menjadi Alfamart pada tahun 2002. Pada tahun tersebut, terdapat 141 gerai yang diakuisisi yang diubah namanya dari Alfa Minimart. Gerai-gerai tersebut terus berkembang di berbagai wilayah Indonesia bahkan masuk ke Bali [9]. Pada tahun 2013, Alfamart membuat website layanan *e-commerce* www.alfaonline.com yang kemudian berkembang hingga rilisnya versi Android dan iOS pada tahun 2015. Pada tahun tersebut, Alfamart bekerja sama dengan Ponta, sebuah perusahaan yang menawarkan jasa *Coalition Loyalty Marketing Program* yang memanfaatkan keanggotaan yang dapat digunakan di beberapa merchant sekaligus [10]. Ponta

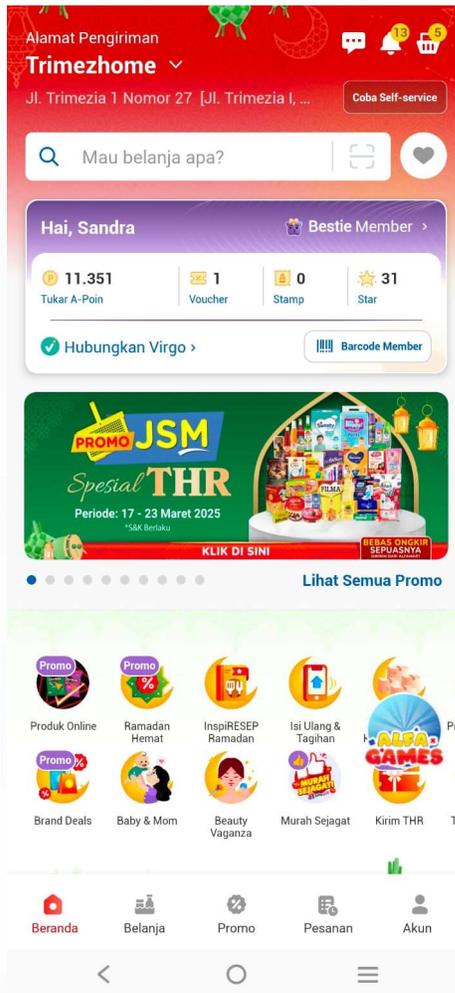
digunakan untuk meningkatkan layanan pelanggan. Alfamart dan Alfamidi termasuk dalam program tersebut sebelum akhirnya diakuisisi pada tahun 2019 dan dikelola oleh PT. Global Loyalty Indonesia. Pada tahun 2016, Alfaonline melakukan *rebranding* menjadi Alfacart. Kemudian pada tahun 2019, Alfagift dirilis dalam versi Android dan iOS secara resmi dan Ponta diintegrasikan dengan Alfagift yang pengelolaannya diserahkan pada PT. Global Loyalty Indonesia. Alfacart bergabung dengan Alfagift pada tahun 2021 untuk layanan yang lebih lengkap dan mudah diakses oleh pelanggan.



Gambar 2.2 Logo Aplikasi Alfagift

Alfagift sendiri merupakan Omni Channel Alfamart yang memberikan pengalaman berbelanja serta manfaat keanggotaan baik online maupun offline sehingga pengguna dapat menikmati layanan Omni Channel yang sesungguhnya setiap hari [7]. Alfagift memungkinkan para pengguna melakukan transaksi secara *online*, melalui *QR Code*, bahkan dapat melakukannya secara langsung di gerai Alfamart terdekat dengan menyebutkan nomor telepon yang terdaftar dalam aplikasi. Saat ini, jumlah pengguna Alfagift tercatat lebih dari 10 juta dalam Play Store. Dalam CNBC Indonesia Awards 2021, Alfagift memenangkan penghargaan 'The Best Omnichannel Solution for Retail Consumer 2021' dalam kategori 'The Best Consumer and Hospitality Companies 2021'[11].

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Tampilan Utama Alfagift versi terbaru

Pada gambar 2.3 merupakan tampilan aplikasi Alfagift versi 4.37.0, tampilan tersebut muncul ketika pengguna berhasil masuk ke dalam aplikasi serta telah memiliki akun yang sudah terdaftar. Pada tampilan ini, ada berbagai fitur yang dapat diakses seperti jumlah A-Poin, Voucher, Stamp, dan Star yang telah diperoleh, Banner promosi, top up, serta fitur-fitur lainnya yang dapat digunakan oleh pengguna. Pada versi ini terdapat penambahan beberapa fitur baru seperti *flash sale* dan *shopping mission*. Kedua fitur tersebut ditambahkan untuk membuat pengalaman berbelanja lebih baik. Selain itu, pengguna dapat memilih metode berbelanja, baik secara online maupun *pick up* di gerai alfamart terdekat. Untuk berbelanja secara online, pengguna dapat mengatur alamat pengantaran sehingga

tidak perlu mendatangi gerai. Namun, sebelum dapat mengatur alamat, pengguna harus memberikan akses lokasi pada aplikasi sehingga pengirimannya lebih cepat karena disesuaikan dengan titik koordinat pengguna.

2.1.1 Visi Misi

Global Loyalty Indonesia memiliki satu-satunya visi, yaitu menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Untuk menggapai visi tersebut, ada beberapa misi yang dilakukan perusahaan, antara lain:

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.

Selama menjalankan misi, terdapat budaya kerja yang dijunjung oleh PT. Global Loyalty Indonesia, antara lain:

1. Integritas yang tinggi
Seeseorang yang berintegritas tinggi harus jujur, disiplin, serta konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan.
2. Inovasi Untuk Kemajuan yang Lebih Baik
Kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus.
3. Kualitas dan Produktifitas yang Tertinggi

Seseorang mampu menjalankan tugas serta fokus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.

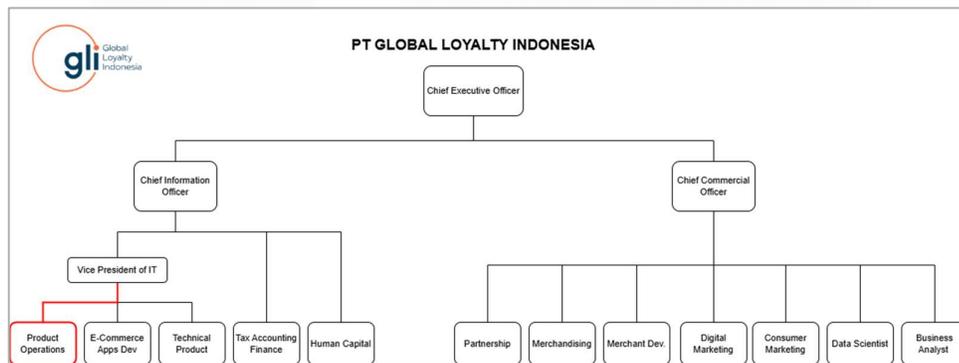
4. Kerjasama Tim

Terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.

5. Kepuasan Pelanggan Melalui Standar Pelayanan yang Terbaik

Berinisiasi tinggi dalam pemenuhan kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Global Loyalty Indonesia

Pada gambar 2.4, terdapat susunan struktur organisasi PT. Global Loyalty Indonesia dengan *Chief Executive Officer* sebagai posisi teratas. *Chief Executive Officer* atau yang dikenal sebagai CEO merupakan orang yang bertanggung jawab dan mengawasi seluruh divisi dalam perusahaan. Kemudian di bawah CEO, terdapat CIO (*Chief Executive Information*) dan CCO (*Chief Commercial Officer*). Masing-masing posisi menaungi beberapa departemen dibawahnya. Posisi CIO menaungi beberapa divisi seperti *Vice President of IT*, *Tax Accounting Finance* dan *Human Capital*. Dalam *Vice President of IT*, terdapat tiga departemen yang dinaungi yakni *Product Operations*, *E-Commerce App Dev*, dan *Technical Product*. QA (*Quality Assurance*) sendiri berada dalam departemen *Product Operation* bersama dengan divisi *Support* dan *Testing Operation*.