BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Global Loyalty Indonesia merupakan sebuah anak perusahaan dari PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) atau lebih dikenal di masyarakat dengan nama Alfamart. Global Loyalty Indonesia didirikan dengan tujuan utama mendukung transformasi digital dan pengembangan sistem teknologi informasi untuk mendukung operasional bisnis Alfamart dalam bentuk aplikasi. GLI menyediakan berbagai layanan seperti *data solution, merchant partner, customer relationship management, voucher and points exchange* [6].

Gambar 2.1 Gedung Alfa Tower

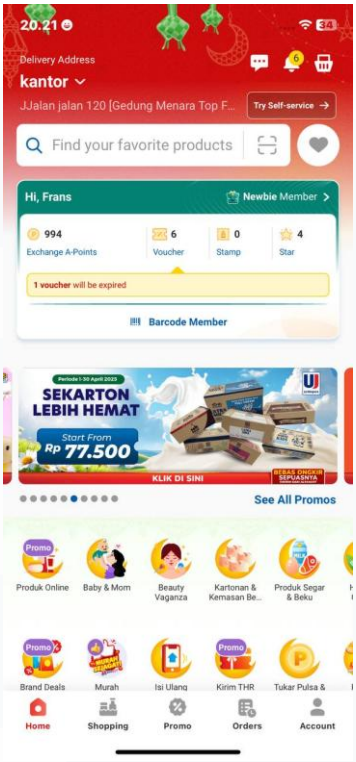
Kantor utama PT. Global Loyalty Indonesia saat ini terletak di Alam Sutera, Tangerang tepatnya pada gedung *Alfa Tower* seperti yang terlampir pada Gambar 2.1. Kantor GLI terletak di 2 lantai yakni, lantai 24 dan lantai 29. GLI bermula pada

tahun 1989 dimana Bapak Djoko Susanto dan keluarga membuat sebuah toko Alfa *Minimart* pertama dan terus mengembangkan bisnisnya [7]. Seiring dengan pertumbuhan bisnis yang pesat, pada tahun 2002, mereka berhasil mengakuisisi 141 gerai Alfa *Minimart* dan secara resmi mengganti namanya menjadi Alfamart.

Menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen, Alfamart mulai merambah ke ranah digital pada tahun 2012 melalui peluncuran website pertama mereka, www.alfaonline.com. Inisiatif ini kemudian berkembang menjadi aplikasi *mobile* Alfaonline yang resmi diluncurkan pada tahun 2015 untuk *platform* Android dan iOS. Di tahun yang sama, Alfamart menjalin kemitraan strategis dengan Ponta, sebuah program loyalitas *multi-partner* yang memungkinkan pelanggan mengakses *membership* di berbagai merchant.

Gambar 2.2 Logo GLI dan Produk Alfagift

Salah satu produk utama yang dikembangkan oleh PT. Global Loyalty Indonesia adalah Alfagift, sebuah platform *Omni Channel* yang menjadi jembatan antara pengalaman belanja *online* dan *offline* di Alfamart seperti yang terlampir Gambar 2.2. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan dan kepuasan maksimal bagi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Melalui Alfagift, pengguna dapat melakukan pembelian secara daring, membayar dengan QR code, melacak lokasi toko Alfamart terdekat, hingga menikmati berbagai keuntungan dari program loyalitas yang ditawarkan. Hingga saat ini, Alfagift telah dipercaya oleh lebih dari 23 juta anggota dan telah terintegrasi dengan lebih dari 20.000 outlet Alfamart yang tersebar di seluruh Indonesia.



Gambar 2.3 Tampilan Aplikasi Alfagift

Gambar 2.3 merupakan tampilan dari aplikasi Alfagift, yaitu layar utama (*homepage*) yang terlihat saat pengguna pertama kali membuka aplikasi. Terdapat beberapa fitur yang dapat diakses oleh pengguna seperti; *Personalized Offers, Alfastars, Virtual Card, Store Locator, Alfastamp, Shopping List*, dll.

Salah satu fitur unggulan dari aplikasi Alfagift adalah A-Poin, sebuah program loyalitas yang memberikan kesempatan kepada para pengguna untuk mengumpulkan poin dari setiap transaksi yang dilakukan, baik *online* maupun bertransaksi secara langsung di Alfamart. Poin-poin yang terkumpul dapat ditukarkan dengan berbagai *voucher* yang menarik, seperti potongan harga belanja hingga produk eksklusif yang tersedia di Alfamart. Fitur ini merupakan salah satu implikasi dari layanan *vouchers and points exchange* yang secara strategis dirancang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan insentif berupa poin yang dapat ditukarkan untuk memperoleh berbagai keuntungan menarik.

2.1.1 Visi Misi

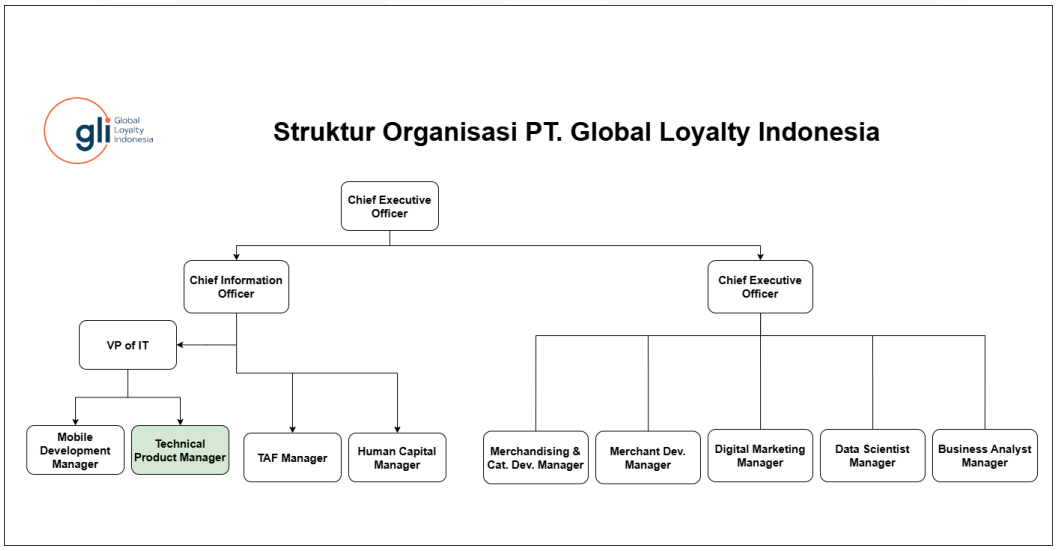
PT. Global Loyalty Indonesia memiliki visi dan misi yang diterapkan sebagai landasan utama dalam mengembangkan arah serta strategi perusahaan. Visi misi ini menjadi pedoman dalam menjalankan operasional bisnis untuk terus tumbuh dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan maupun mitra bisnisnya. PT. Global Loyalty Indonesia memiliki visi untuk menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan memiliki misi 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.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak Ryan Alfons Kaloh yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap keseluruhan strategi, performa dan pengambilan keputusan penting perusahaan. Di bawah kepimpinannya, terdapat *Chief Information Office* (CIO), dijabat oleh Bapak Chandra Hermawan dan *Chief Commercial Officer* (COO), dijabat oleh Ibu Linda Valentin. CIO bertugas mengelola aspek teknologi informasi serta mendorong transformasi digital perusahaan. Di bawah struktur CIO, terdapat *VP of IT*, Bapak Erick Alviyendra, yang mengawasi pengembangan teknologi,

infrastruktur IT, serta aplikasi *mobile* melalui peran *Mobile Development Manager*. Selain itu, terdapat juga Technical Product Manager yang berperan dalam pengelolaan dan pengembangan produk teknologi. Posisi penting lainnya di bawah CIO meliputi TAF Manager yang bertanggung jawab atas layanan teknis dan aplikasi fungsional, serta *Human Capital Manager* yang menangani pengelolaan sumber daya manusia, termasuk proses rekruitmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Global Loyalty Indonesia

Selama menjalani program magang, mahasiswa ditempatkan di bawah supervisi *Technical Product Manager* dalam lingkup departemen *Product Operation*, tepatnya pada divisi *Quality Assurance* yang dipimpin oleh Bapak Benny Chandra selaku *Product Operations Manager* seperti yang terlampir pada Gambar 2.4. Divisi ini memiliki tanggung jawab utama dalam menjamin kualitas produk dan aplikasi perusahaan melalui tahapan pengujian, analisis mendalam, serta pelaporan hasil secara sistematis. Dengan struktur organisasi yang terarah ini, PT Global Loyalty Indonesia mampu menjalankan operasionalnya secara efisien serta mendorong inovasi berkelanjutan di berbagai lini perusahaan.