

## BAB 2

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan dijelaskan gambaran umum perusahaan PT Global Loyalty Indonesia (PT GLI). PT GLI adalah salah satu anak perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau biasa dikenal dengan Alfamart. Produk utama dari PT GLI adalah aplikasi Alfagift yaitu *omni channel* dari Alfamart sebagai sarana pembelanjaan produk yang ada di Alfamart secara *online*.

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdirinya Alfamart bermula dari usaha dagang yang menjual berbagai macam produk, didirikan oleh Bapak Djoko Susanto beserta keluarganya pada tahun 1989. Pada bulan Desember di tahun yang sama, sebagian besar kepemilikan usaha tersebut dialihkan kepada PT HM Sampoerna Tbk. Lalu pada tahun 1994, struktur kepemilikannya berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT HM Sampoerna Tbk dan 30% oleh PT Sigmantara Alfindo, perusahaan milik keluarga Djoko Susanto [1].

Pada tahun 2002, Alfamart mengakuisisi 141 gerai Alfa Minimart yang kemudian diubah namanya menjadi Alfamart dan mengalami pertumbuhan pesat, memperluas jaringan toko hingga mencapai ribuan gerai di Pulau Jawa [2]. Tahun 2009 menjadi awal ekspansi Alfamart ke Bali, dan pada waktu itu jumlah gerainya telah melebihi 3.300 unit yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia [3].

Dengan kemajuan teknologi, Alfamart meluncurkan platform belanja daring berbasis web bernama Alfa Online ([www.alfaonline.com](http://www.alfaonline.com)) pada tahun 2012 [4]. Tak berhenti di sana, layanan ini juga dikembangkan dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk perangkat iOS dan Android. Di tahun yang sama, Alfamart juga bekerja sama dengan Ponta dan merilis kartu keanggotaan bernama AKU Ponta [5], yang memberikan poin reward dari setiap transaksi yang dapat dikumpulkan dan ditukarkan dengan produk di gerai Alfamart. Platform Alfa Online kemudian mengalami rebranding dan berubah nama menjadi Alfacart ([www.alfacart.com](http://www.alfacart.com)) [6].

Perjalanan Alfamart di bidang *e-commerce* terus berlanjut, hingga akhirnya pada tahun 2019 meluncurkan aplikasi *mobile* terbaru bernama Alfagift sebagai penyempurnaan dari versi sebelumnya [7]. Pada tahun tersebut, Alfamart juga mengakuisisi Ponta dan membentuk PT Global Loyalty Indonesia, yang fokus utama pengembangannya diarahkan pada aplikasi Alfagift [8]. Kemudian pada

tahun 2021, Alfacart diintegrasikan ke dalam Alfagift, menghasilkan berbagai fitur baru yang dapat diakses melalui perangkat *mobile* maupun website.

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT GLI adalah menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan [9]. Selain itu, misi dari PT GLI adalah 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 kerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan PT GLI dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Struktur organisasi perusahaan PT GLI

Sumber: [9]

Magang dilaksanakan di departemen *IT Corporate* di bawah arahan Bapak Irfan Ahmad selaku *IT Development Manager*. Dalam pelaksanaannya, peserta magang berkoordinasi langsung dengan supervisor yang telah ditentukan yaitu Bapak Samuel Christian sebagai *Senior Developer*. Peserta magang juga berkoordinasi dengan Ibu Haikal Anissa dan Bapak M.Anka Syahfiera Tasik selaku *Project Manager*. Adapun struktur organisasi di PT Global Loyalty Indonesia terdiri dari berbagai posisi strategis yang memiliki tanggung jawab masing-masing, di antaranya:

1. *Chief Executive Officer* (CEO) memimpin arah dan tujuan perusahaan, bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan besar, serta menjadi perwakilan utama dalam menjalin hubungan dengan investor, dewan direksi, hingga media massa.
2. *Chief Information Officer* (CIO) bertugas menyusun strategi teknologi informasi perusahaan serta memastikan seluruh sistem IT berjalan aman dan optimal, termasuk dalam mengelola risiko serta menaati regulasi yang berlaku.
3. *Chief Commercial Officer* (CCO) memimpin strategi pemasaran dan kegiatan komersial perusahaan, mengawasi divisi penjualan dan pengembangan bisnis, serta berfokus pada peningkatan pendapatan.
4. *Vice President of IT* (VP of IT) bekerja langsung di bawah CIO dan berperan dalam pengembangan serta manajemen infrastruktur IT, termasuk mengatur tim serta arah proyek teknologi.
5. *Mobile Development Manager* bertanggung jawab atas pengembangan aplikasi *mobile*, termasuk merancang strategi pengembangan dan memimpin tim teknisnya.
6. *Technical Product Manager* bertugas mengelola proses pengembangan produk dari sisi teknis, menjembatani komunikasi antara tim teknis dan pemangku kepentingan agar produk sesuai kebutuhan pengguna.
7. *Tax and Finance Manager* (TAF) mengatur seluruh urusan perpajakan dan keuangan perusahaan, mulai dari laporan, analisis hingga perencanaan fiskal.

8. *Human Capital Manager* (HC) fokus pada pengelolaan sumber daya manusia, seperti rekrutmen, pengembangan, hingga pengurusan administrasi SDM termasuk gaji dan evaluasi kinerja.
9. *Merchandising & Category Development Manager* merancang strategi merchandising dengan menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen, serta memastikan pengelolaan produk dari sisi harga hingga presentasi di kanal fisik maupun digital.
10. *Merchant Development Manager* menjalin dan mengembangkan hubungan dengan para mitra penjual, bertujuan untuk memperluas penawaran produk dan menjaga ketersediaannya.
11. *Digital Marketing Manager* menyusun dan menjalankan strategi pemasaran digital melalui berbagai kanal seperti media sosial, SEO, SEM, dan konten digital guna meningkatkan eksposur dan penjualan.
12. *Consumer Marketing Manager* merancang strategi promosi untuk menarik serta mempertahankan konsumen, sekaligus mengelola program loyalitas dan berbagai bentuk insentif pelanggan.
13. *Data Scientist Manager* memimpin analisis data dan pengembangan model prediktif guna mendukung pengambilan keputusan berbasis data yang akurat dan relevan terhadap kebutuhan bisnis.
14. *Business Analyst Manager* bertanggung jawab melakukan analisis terhadap tren bisnis dan menyusun wawasan strategis, termasuk proyeksi serta peluang efisiensi yang bisa dioptimalkan bersama tim lintas departemen.

U I M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A