

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



**Gambar 2.1** Logo PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: Website Perusahaan (2025)

PT Global Loyalty Indonesia berdiri pada tanggal 15 September 2014, PT Global Loyalty Indonesia memperkenalkan Ponta yang berasal dari Jepang sebagai brand yang memberikan layanan membership bagi para mitra brand lainnya. Seiring dengan berjalannya waktu, di tahun 2014 Ponta *launching* dan dapat beroperasi membantu banyak mitra.

Kemudian pada 1 Januari 2015 PT Global Loyalty Indonesia dan PT Sumber Alfaria Trijaya berkolaborasi, kolaborasi yang dilakukan yaitu PT Sumber Alfaria Trijaya bergabung menjadi salah satu key partner Ponta dalam menyediakan layanan program membership. Kemudian pada 28 September 2015 PT Sumber PT Sumber Alfaria Trijaya memperkenalkan aplikasi yaitu Alfaonline yang merupakan aplikasi belanja online untuk mempermudah masyarakat dalam membeli kebutuhan di Alfamart. Pada

30 Mei 2006, Alfaonline melakukan *rebranding* menjadi Alfacart. Tidak berhenti di situ, pada 19 Agustus 2019 PT Sumber Alfaria Trijaya memperkenalkan Alfagift 4.0 sebagai aplikasi belanja online serta sebagai aplikasi membership, di tahun yang sama pada tanggal 1 September 2019 PT Sumber Alfaria Trijaya mulai mengakuisisi PT Global Loyalty Indonesia serta pada 1 May 2020 Alfagift resmi menjadi aplikasi belanja online yang sudah lebih rapi, terstruktur dan nyaman sehingga dapat membantu masyarakat dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari secara online. Tidak berhenti disitu, Pada tanggal 31 Desember 2020 PT Global Loyalty Indonesia bekerja sama dengan Ponta dan melakukan *rebranding* Program membership Ponta yaitu Aku menjadi A-Member. Kemudian pada tanggal 1 April 2021 Alfacart dan Alfagift bergabung dan menciptakan omnichannel Alfamart yang sekarang kita kenal yaitu Allfagift (PT Global Loyalty Indonesia, n.d.).

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.1.1 Visi Misi

**Visi:**

Menjadi Perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

**Misi:**

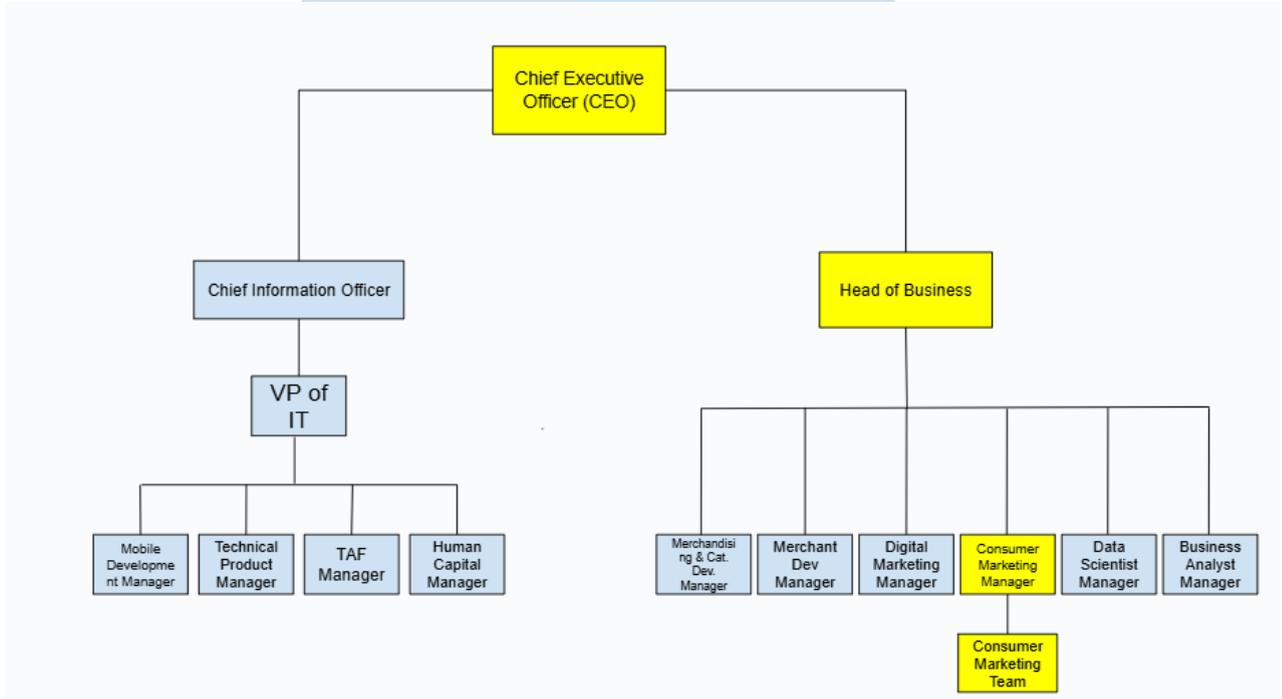
- Membangun organisasi yang terpercaya, terus bertumbuh, dan bermanfaat bagi pelanggan melalui kolaborasi dengan partner bisnis, stakeholder, dan afiliasi.
- Menyediakan wawasan strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan melalui solusi data yang akurat.
- Memberdayakan seluruh generasi dalam menghadirkan cara belanja yang didorong teknologi terkini.
- Menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi seluruh pelanggan melalui program loyalitas terbaik.
- Menjadi pilihan tempat bekerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia dalam bentuk struktur bagan sebagai berikut.

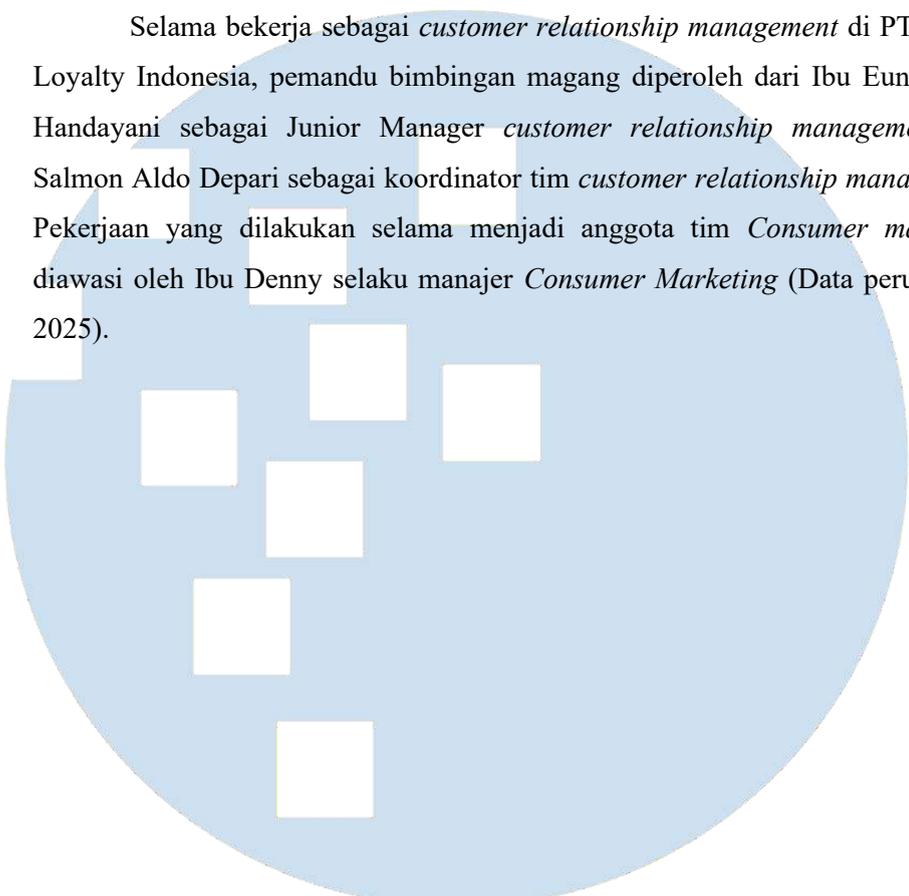


**Gambar 2.5** Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dalam struktur bagan tersebut, *Chief Executive Officer* atau CEO memegang posisi tertinggi di perusahaan, dan dia bertanggung jawab untuk menjamin bahwa operasi seluruh tim berjalan lancar dan perusahaan mencapai targetnya. *Chief Information Officer* (CIO) dan *Head of Business* berada di bawah CEO. CIO mengawasi VP of IT, yang bertanggung jawab atas *Mobile Development Manager*, *Technical Product Manager*, *TAF Manager*, dan *Human Capital Manager*. Di sisi lain, *Head of Business* bertanggung jawab atas banyak posisi, seperti *Merchandising & Catalog Development Manager*, *Merchant Developer Manager*, *Digital Marketing Manager*, *Customer Marketing Manager*, *Data Scientist Manager*, dan *Business Analyst*. *Data Scientist Manager*, yang memimpin tim *Data Scientist*, adalah salah satu tugas yang diawasi oleh *Head of Business*.

Selama bekerja sebagai *customer relationship management* di PT Global Loyalty Indonesia, pemandu bimbingan magang diperoleh dari Ibu Eunike Epa Handayani sebagai Junior Manager *customer relationship management* dan Salmon Aldo Depari sebagai koordinator tim *customer relationship management*. Pekerjaan yang dilakukan selama menjadi anggota tim *Consumer marketing* diawasi oleh Ibu Denny selaku manajer *Consumer Marketing* (Data perusahaan, 2025).



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA