BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

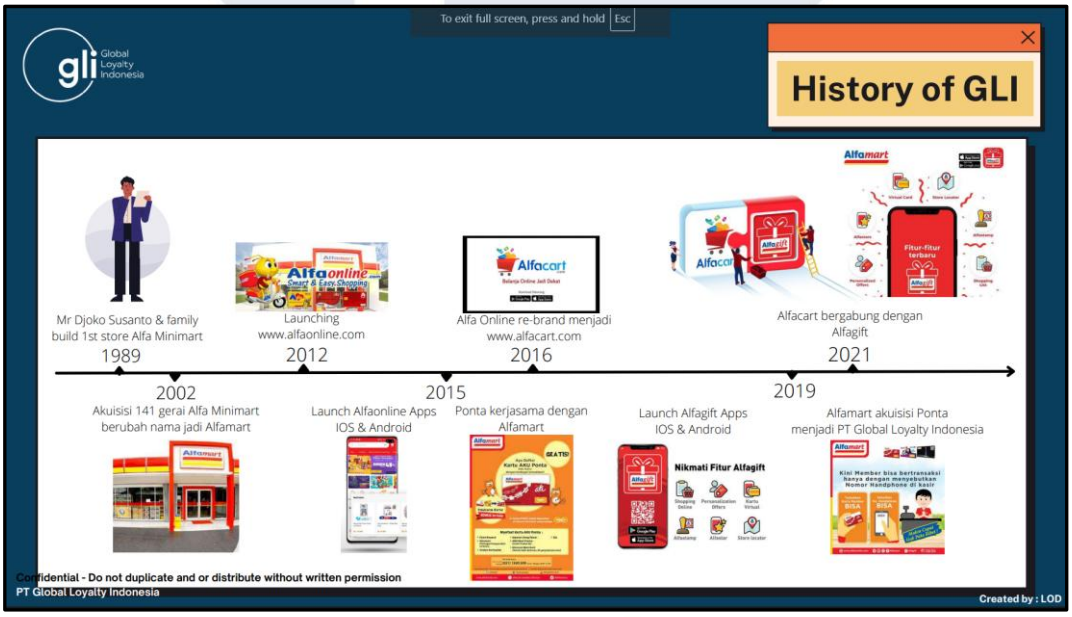
PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan (*subsidiary*) dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk., yang lebih dikenal dengan nama Alfamart. Berdiri sejak tahun 2014, GLI berfokus dalam menyediakan solusi loyalitas dan teknologi informasi yang mendukung pertumbuhan bisnis Alfamart serta para mitra atau merchant lainnya. Perusahaan ini bertujuan memperkuat keterikatan antara perusahaan dan pelanggan melalui pengelolaan data yang mendalam dan program loyalitas yang efektif, sehingga mampu meningkatkan pengalaman belanja pelanggan sekaligus mendorong pertumbuhan bisnis. Gambar 2.1 merupakan gambar logo dari perusahaan PT Global Loyalty Indonesia.

Gambar 2.1 Logo Global Loyalty Indonesia

Perjalanan GLI dimulai dari sejarah berdirinya Alfamart. Pada tahun 1989, Bapak Djoko Susanto dan keluarganya mendirikan Alfa Minimart. Seiring berkembangnya bisnis, pada tahun 2002, Alfa Minimart diakuisisi dan menjalani rebranding menjadi Alfamart dengan total 141 gerai. Melihat perkembangan teknologi dan pergeseran tren belanja masyarakat ke arah digital, Alfamart mulai berinovasi dengan meluncurkan platform belanja *online* alfaonline.com pada tahun 2012.

Pada 2015, Alfamart menjalin kerja sama dengan Ponta, sebuah platform *loyalty* point yang memberikan pelanggan keuntungan berupa poin dari setiap transaksi. Setahun kemudian, Alfaonline.com mengalami rebranding menjadi Alfacart.com sebagai bentuk pengembangan lebih lanjut dari layanan e-commerce mereka.

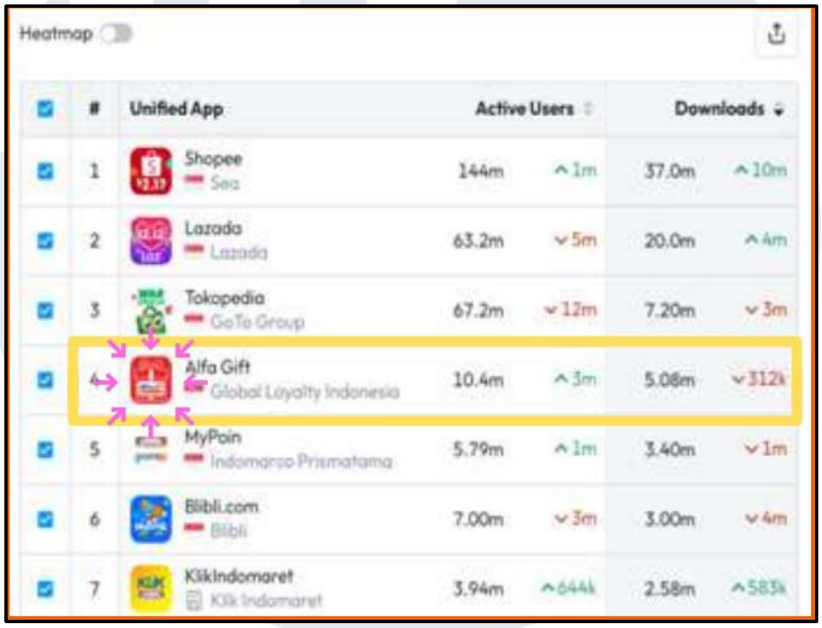
Puncaknya terjadi pada 2019, ketika Alfamart meluncurkan Alfagift, sebuah aplikasi belanja *online omnichannel* yang menggabungkan kemudahan belanja digital dengan program loyalitas Ponta. Pada tahun yang sama, Alfamart mengakuisisi Ponta dan mendirikan PT Global Loyalty Indonesia (GLI) sebagai entitas yang bertanggung jawab atas pengelolaan program loyalitas dan pengembangan teknologi digital. Pada 2021, Alfacart resmi digabungkan ke dalam Alfagift, menjadikannya satu platform utama yang lebih komprehensif dan terintegrasi seperti pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Sejarah Terciptanya PT GLI

Saat ini, GLI telah berkembang pesat dengan memiliki lebih dari 14,27 juta anggota terdaftar di Alfagift, sesuai pada Gambar 2.3. Perusahaan ini juga berhasil meraih berbagai penghargaan bergengsi seperti *Top Mobile Application* (2021), *Customer Engagement Excellence Award* (2023), hingga menjadi urutan ke-4

aplikasi yang paling sering di-*download* di tahun 2023 menurut *data.ai's App IQ Taxonomy*. Keberhasilan ini membuktikan bahwa GLI bukan hanya menjadi pionir dalam program loyalitas, tetapi juga sebagai penggerak inovasi digital dalam mendukung kebutuhan pelanggan di era modern.



Gambar 2.3 2023 Ranking by Market | Shopping Category

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *customer loyalty* dan *digital solution*, GLI menawarkan berbagai layanan utama seperti *merchant partner*, *customer relationship management*, *data solution*, *voucher and points exchange*, serta *digital activation and communication*. Produk unggulannya, Alfagift, kini telah terhubung dengan lebih dari 15.000 gerai Alfamart di seluruh Indonesia, serta mendukung pengiriman gratis dan pengambilan di toko terdekat. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur, salah satunya A-Poin yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk menukarkan dengan produk eksklusif, serta fitur pembayaran tagihan dan top-up e-wallet, menjadikannya solusi belanja digital yang lengkap dan praktis bagi pelanggan setia Alfamart

2.1.1 Visi Misi

Visi:

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

Misi:

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.

2.1.2 Budaya Kerja Perusahaan

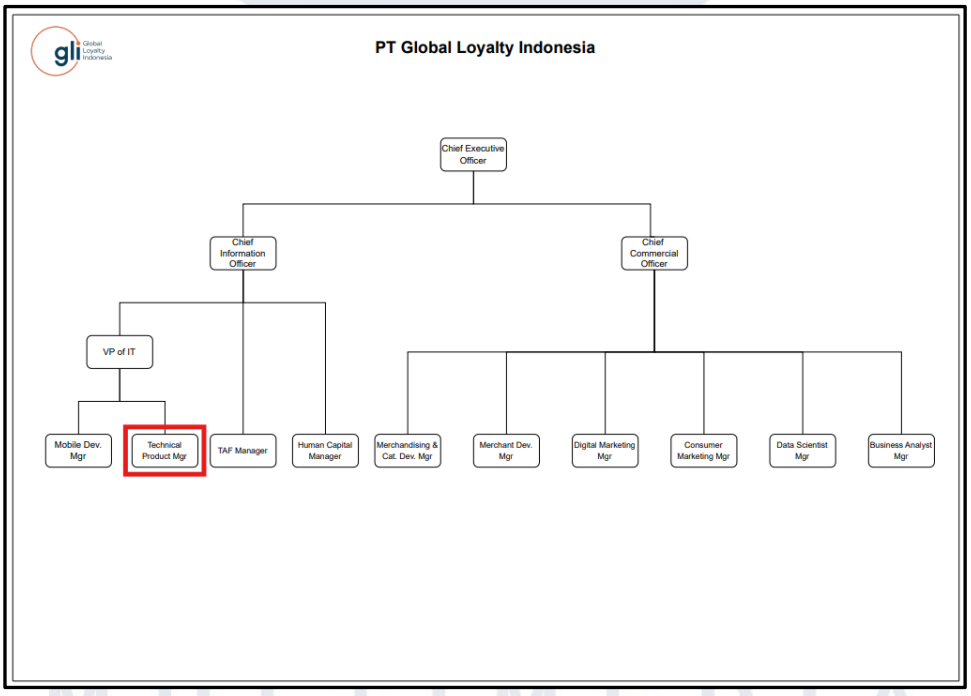
Setiap perusahaan memiliki budaya kerja yang menjadi pondasi dalam menjalankan aktivitas operasional. Budaya kerja ini mencerminkan nilai-nilai, etika, dan standar kerja yang diterapkan, serta menjadi pedoman utama bagi seluruh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka. Berikut adalah budaya kerja PT Global Loyalty Indonesia:

1. Integritas yang Tinggi: Jujur, disiplin, dan 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 Produktivitas yang Tertinggi: 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 memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung efisiensi operasional dan inovasi pada produk digital mereka, yaitu Alfagift. Gambar 2.4 merupakan struktur perPada tingkat tertinggi, Chief Executive Officer (CEO) Bapak Ryan Alfons Kaloh memimpin perusahaan dan bertanggung jawab dalam memastikan strategi bisnis berjalan optimal dan selaras dengan visi perusahaan.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT GLI

Di bawah CEO, terdapat dua posisi kunci yang mengelola operasional inti:

1. Chief Information Officer (CIO) Bapak Chandra Hermawan, bertanggung jawab atas pengembangan infrastruktur teknologi, transformasi digital, serta memastikan sistem informasi mendukung kebutuhan bisnis.
2. Chief Commercial Officer (CCO) Ibu Anastasia Linda Valentine, yang bertanggung jawab mengelola strategi komersial dan pengembangan bisnis, termasuk pemasaran, pertumbuhan revenue, serta hubungan dengan mitra bisnis.

Posisi dibawah CIO, yaitu Vice President (VP) of IT, Bapak Erick Alviyendra, berfungsi untuk mengelola pengembangan aplikasi dan infrastruktur teknologi. Ia membawahi Mobile Developer Manager yang menangani pengembangan fitur aplikasi seperti Alfagift, serta Technical Product Manager yang memastikan produk teknologi berjalan sesuai rancangan dan kebutuhan pasar.

Departemen Product Operation dipimpin oleh Bapak Benny Chandra. Di bawah divisi ini, terdapat Quality Assurance (QA) yang bertugas memastikan setiap fitur dan produk yang dikembangkan bebas dari bug serta berjalan optimal. Tim QA terdiri dari 1 manager, 19 karyawan tetap, dan 6 karyawan magang. Setiap karyawan magang mendapatkan mentor yang membantu membimbing serta memastikan adaptasi dan pemahaman mereka terhadap proses QA, baik manual maupun otomatisasi.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA