

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Alfamart) yang bergerak di bidang penyediaan solusi digital, pengelolaan sistem informasi, serta program loyalitas pelanggan. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2014 dengan tujuan mendukung transformasi digital dan memperkuat strategi pengelolaan pelanggan Alfamart. Pada awal berdirinya, GLI dikenal sebagai pihak yang memperkenalkan program keanggotaan Ponta di Indonesia, sebuah program loyalitas multi-partner yang memungkinkan pelanggan mendapatkan keuntungan di berbagai merchant.



Gambar 2. 1 Logo GLI

Seiring dengan perkembangan, GLI berkolaborasi erat dengan Alfamart untuk menghadirkan layanan digital yang lebih luas. Pada tahun 2015, perusahaan mengembangkan platform belanja daring Alfaonline, yang kemudian berevolusi menjadi Alfacart pada 2016. Transformasi besar terjadi pada 2019, saat Alfamart secara resmi mengakuisisi GLI. Pada periode ini pula, GLI meluncurkan aplikasi Alfagift 4.0, yang menjadi tonggak penting dalam perjalanan transformasi digital Alfamart. Aplikasi tersebut berkembang menjadi platform omni-channel yang mengintegrasikan pengalaman belanja online dan offline, menghadirkan fitur-fitur seperti pemesanan daring, pembayaran digital, pencarian toko terdekat, hingga program loyalitas berbasis poin. Pada 2020, GLI juga memperkenalkan A-Member

sebagai rebranding dari Ponta Aku, yang kemudian diintegrasikan ke dalam Alfagift untuk membangun ekosistem digital terpadu.

Saat ini, Alfagift telah dipercaya lebih dari 23 juta anggota dan terhubung dengan lebih dari 20.000 gerai Alfamart di seluruh Indonesia. Dengan inovasi teknologi dan fokus pada pengalaman pelanggan, GLI tidak hanya mendukung operasional Alfamart, tetapi juga berkomitmen menghadirkan solusi data, kerja sama merchant, sistem voucher, hingga strategi *customer relationship management* (CRM).

Visi perusahaan adalah *“To be the leading knowledge-based solution provider in creating customer loyalty”*. Adapun misinya adalah membangun organisasi yang terpercaya dan terus berkembang melalui kolaborasi dengan mitra bisnis dan pemangku kepentingan, menyediakan wawasan pemasaran berbasis data, memberdayakan seluruh generasi melalui teknologi terkini, menghadirkan pengalaman belanja yang memuaskan lewat program loyalitas terbaik, serta menjadi tempat kerja pilihan bagi individu bertalenta untuk mengembangkan diri. Kantor pusat GLI berlokasi di Alfa Tower, Alam Sutera, Tangerang, menempati lantai 2, 24, dan 29. Dengan kehadirannya, GLI menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung digitalisasi ritel Alfamart dan menghadirkan inovasi berkelanjutan di industri loyalitas pelanggan di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang membawahi beberapa bagian strategis. Salah satunya adalah Chief Information Officer (CIO) yang berfokus pada pengelolaan teknologi informasi dan transformasi digital. Di bawah CIO terdapat divisi-divisi penting seperti VP of IT, Mobile Development, Technical Product, TAF, dan Human Capital.

Selain itu, struktur organisasi juga mencakup unit yang menangani aspek komersial dan operasional, seperti Merchandising & Category Development,

Merchant Development, Digital Marketing, Data Scientist, serta Business Analyst. Setiap bagian memiliki peran yang saling terintegrasi untuk mendukung keberlangsungan operasional dan inovasi perusahaan. Struktur organisasi perusahaan ditunjukkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

2.3 Portfolio Perusahaan

Sejak berdiri, PT Global Loyalty Indonesia (GLI) telah menghasilkan berbagai karya dan layanan yang berfokus pada pengembangan sistem informasi, program loyalitas, serta solusi digital yang mendukung operasional Alfamart. Salah satu produk unggulan yang dikembangkan adalah aplikasi Alfagift, sebuah platform Omni Channel yang mengintegrasikan pengalaman belanja online dan offline. Melalui Alfagift, perusahaan berhasil memberikan layanan berbasis digital kepada jutaan pelanggan setia Alfamart di seluruh Indonesia. Selain itu, GLI juga membangun kerja sama dengan berbagai mitra strategis, termasuk penyedia teknologi, merchant partner, serta penyelenggara program loyalitas. Kolaborasi ini ditujukan untuk memperkuat ekosistem digital dan menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan melalui fitur seperti penukaran poin, voucher belanja, hingga integrasi dengan layanan pembayaran digital.

Kualitas karya dan kontribusi GLI dalam dunia digital dan ritel telah mendapatkan pengakuan di tingkat nasional maupun internasional, yang dibuktikan dengan berbagai penghargaan bergengsi. Beberapa di antaranya adalah Top Mobile Application Award pada tahun 2021 untuk kategori Aplikasi Layanan Minimarket, Digital Innovation Award for Sustainable Business pada tahun 2022, serta Marketeers Editor's Choice Award di tahun yang sama untuk kategori Integrated Program of The Year. Selanjutnya, pada tahun 2023 GLI meraih CNBC Awards: Best Omnichannel Solutions serta Moengage Customer Engagement Excellence Awards dengan tema *Turning Data Into Delight*. Terbaru, di tahun 2024, GLI kembali meraih Moengage Customer Engagement Excellence Awards dengan tema *Leading with Loyalty*. Dengan berbagai pencapaian tersebut, GLI semakin menunjukkan komitmennya sebagai perusahaan penyedia solusi teknologi dan program loyalitas yang berorientasi pada kepuasan pelanggan serta inovasi berkelanjutan.

