

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk., yang lebih dikenal melalui jaringan minimarket Alfamart. Alfamart berawal pada tahun 1989 sebagai usaha dagang dan distribusi yang kemudian berkembang menjadi jaringan ritel modern sejak 1999. Pada tahun 2002, Alfamart mengakuisisi 141 gerai Alfa Minimart dan secara resmi mengganti nama menjadi Alfamart agar lebih mudah dikenali masyarakat dan memiliki standar operasional yang seragam.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan tren digital, Alfamart meluncurkan platform belanja daring bernama Alfaonline pada sekitar tahun 2012. Platform tersebut kemudian berevolusi menjadi Alfacart, dan akhirnya digabungkan ke dalam aplikasi Alfagift, sebuah layanan omnichannel yang mengintegrasikan pengalaman belanja online dan offline, program loyalitas pelanggan, serta berbagai promosi lintas kanal. Kehadiran Alfagift menandai langkah strategis Alfamart dalam memperkuat ekosistem digitalnya dengan fokus pada kenyamanan pelanggan dan integrasi data transaksi di seluruh kanal.

Sebagai bagian dari penguatan strategi digital tersebut, PT Global Loyalty Indonesia (GLI) didirikan pada tahun 2014 untuk menangani aspek loyalitas pelanggan, pengelolaan data, dan aktivasi pemasaran digital dalam ekosistem Alfamart. Sebelum dikenal sebagai GLI, unit bisnis ini beroperasi melalui program Ponta, yaitu sistem membership multipartner yang memungkinkan pelanggan mengumpulkan poin dan menukarkannya dengan berbagai keuntungan dari mitra yang bekerja sama. Pada tahun 2019, Alfamart secara resmi mengakuisisi program Ponta dan melakukan rebranding menjadi Global Loyalty Indonesia dengan logo seperti pada Figure 2.1, sekaligus memperkuat posisinya sebagai pengelola utama platform Alfagift.



Figure 2.1. Logo perusahaan Global Loyalty Indonesia

GLI mengusung filosofi inti berupa Knowledge, Activation, dan Value sebagai dasar operasionalnya. Knowledge mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengolah dan memanfaatkan data untuk menghasilkan insight strategis yang mendukung pengambilan keputusan bagi merek dan mitra bisnis. Activation menggambarkan transformasi wawasan tersebut menjadi tindakan nyata, seperti kampanye pemasaran, promosi digital, serta program aktivasi pelanggan di kanal offline maupun online. Sementara itu, Value mewakili nilai yang diciptakan GLI bagi pelanggan dan mitra melalui peningkatan loyalitas, efisiensi biaya pemasaran, serta pertumbuhan nilai bisnis yang berkelanjutan.

Dengan filosofi tersebut, GLI berperan sebagai penggerak utama transformasi digital dalam pengelolaan loyalitas pelanggan Alfamart melalui platform Alfagift. Perusahaan tidak hanya menjadi penyedia solusi teknologi, tetapi juga pusat inovasi data dan pemasaran berbasis analitik yang memperkuat hubungan antara pelanggan, merek, dan jaringan ritel Alfamart secara menyeluruh.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

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

2.2.2 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 pelanggan melalui program loyalitas terbaik. Menjadi pilihan tempat bekerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Figure 2.2. Gambar struktur Global Loyalty Indonesia

Pada Figure 2.2 dijelaskan bahwa PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh Chief Executive Officer, yang bertanggung jawab untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan kemajuan dan pengembangan perusahaan. Berikut merupakan uraian tiap posisi yang ada pada struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia.

1. **Chief Executive Officer (CEO):** berfungsi untuk menjalankan visi dan misi yang dimiliki perusahaan. Bertanggung jawab sebagai juru bicara utama perusahaan, dan hubungan dengan investor, dewan direksi, dan media.
2. **Chief Information Officer (CIO):** berfungsi sebagai perencanaan pada sektor teknologi informasi sehingga menjamin infrastruktur yang aman dan optimal. CIO juga bertugas untuk memantau risiko, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi.
3. **Chief Commercial Officer (CCO):** berfungsi untuk merumuskan dan pelaksanaan strategi komersial yang mencakup penjualan, pemasaran, dan

pengembangan bisnis. CCO berperan dalam memaksimalkan pendapatan serta profitabilitas perusahaan melalui optimalisasi strategi penjualan dan hubungan dengan pelanggan.

4. **Vice President of IT (VP of IT):** terdapat dibawah langsung CIO yang berfungsi untuk merencanakan, mengembangkan, serta mengelola infrastructure teknologi informasi Tim dan proyek TI, serta turut mengambil keputusan strategis yang berkaitan dengan teknologi dan transformasi digital.
5. **Mobile Development Manager:** merancang dan melaksanakan strategi pengembangan aplikasi mobile, sekaligus memimpin tim pengembang dalam memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan user dan standar perusahaan.
6. **Technical Product Manager:** bertanggung jawab atas perencanaan teknis dan pengembangan produk. Menjadi penghubung antara tim teknis dan pemangku kepentingan, memastikan bahwa produk dikembangkan sesuai kebutuhan pasar, memenuhi standar teknis, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis.
7. **Tax and Finance Manager (TAF):** mengelola seluruh aspek keuangan dan perpajakan perusahaan, memastikan kepatuhan terhadap peraturan pajak, menyusun laporan keuangan, serta melakukan analisa dan perencanaan pajak guna mendukung stabilitas finansial perusahaan.
8. **Human Capital Manager (HC):** berfungsi atas pengelolaan sumber daya manusia pada perusahaan. Meliputi perencanaan dan pelaksanaan proses rekrutmen, seleksi, penempatan, serta pengembangan karyawan. Selain itu, HC juga menangani administrasi SDM seperti penggajian, manajemen kinerja, hingga proses pemutusan hubungan kerja (PHK).
9. **Merchandising & Category Development Manager:** mengembangkan dan mengelola strategi merchandising berbasis riset tren pasar dan perilaku pelanggan guna membentuk strategi kategori yang efektif. Berfungsi juga untuk mengelola inventori, penetapan harga, kurasi dan penataan produk di kanal toko fisik maupun online, serta pembangunan kemitraan dengan pemasok untuk negosiasi harga dan kelancaran penjualan.
10. **Merchant Development Manager:** membangun serta memelihara hubungan dengan mitra/penjual untuk memperluas portofolio produk atau layanan,

mengidentifikasi adanya peluang bisnis baru, dan memastikan ketersediaan dan kelangsungan pasokan produk dari para mitra.

11. **Digital Marketing Manager:** menyusun dan menjalankan strategi pemasaran secara digital untuk meningkatkan visibilitas merek serta angka penjualan. Lingkupnya meliputi pengelolaan SEO, SEM, dan pemasaran konten, dengan fokus pada perencanaan kampanye yang terukur dan berorientasi hasil di berbagai platform digital.
12. **Consumer Marketing Manager:** merancang strategi pemasaran untuk akuisisi dan retensi pelanggan melalui kampanye lintas kanal iklan, promosi, hingga event. Bertanggung jawab juga untuk mengelola program loyalitas dan skema intensif untuk meningkatkan keterikatan dan retensi pelanggan.
13. **Data Scientist Manager:** menjalankan proses pengumpulan, pemrosesan, dan analisa data untuk membangun serta mengimplementasikan model prediktif. Tujuannya adalah untuk mengungkap dan menemukan pola dan tren yang relevan dengan permasalahan bisnis agar mampu memperkuat kualitas pengambilan keputusan berbasis data.
14. **Business Analyst Manager:** melaksanakan analisis bisnis untuk menghadirkan wawasan strategis, termasuk pemetaan tren dan peluang peningkatan efisiensi serta profitabilitas. Tanggung jawabnya mencakup pembuatan proyeksi/forecast berbasis data dan kolaborasi lintas tim manajemen serta fungsi terkait untuk merumuskan strategi bisnis yang efektif.

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