

**AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MARKETING DI PT
GLOBAL LOYALTY INDONESIA**



MBKM REPORT

**Angela Gabriele Santosa
00000070906**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2026

**AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MARKETING DI PT
GLOBAL LOYALTY INDONESIA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Angela Gabriele Santosa
00000070906

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angela Gabriele Santosa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070906

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Januari 2025

UNIVERSI
MULTIME
NUSANTARA



(Angela Gabriele Santosa)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul

AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)

Oleh

Nama : Angela Gabriele Santosa
NIM : 00000070906
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi Strategis

Telah diujikan pada hari Kamis, 15 Januari 2026 Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.23
09:55:11 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

Penguji



Khairul Syafuddin, S.I.Kom., M.A.

NIDN 0309109302

Ketua Sidang



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.23
09:55:19 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.23
09:55:27 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Angela Gabriele Santosa
Nomor Induk Mahasiswa : 00000070906
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang Track 2
Judul Karya Ilmiah :

AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.

☐ Lainnya, pilih salah satu:

☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara

☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Januari 2026



(Angela Gabriele Santosa)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul: **“AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan Pembimbing yang telah memberikan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan.
4. Mba Epa, Kak Salmon, Kak Galih, Mas Ismi, sagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam pelaksanaan magang.
5. Kepada Perusahaan Alfagift
6. Mama dan Papa yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Teman yang selalu mendukung dalam menyelesaikan Laporan Magang ini.

Semoga laporan MBKM ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 18 Desember 2025



(Angela Gabriele Santosa)

AKTIVITAS CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)

Angela Gabriele Santosa

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong industri ritel untuk menerapkan strategi yang berorientasi pada pelanggan guna mempertahankan daya saing di tengah perubahan perilaku konsumen. Customer Relationship Management (CRM) menjadi pendekatan strategis yang berperan penting dalam membangun dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. PT Global Loyalty Indonesia (GLI) sebagai pengelola platform Alfagift menerapkan CRM berbasis data dan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas layanan serta loyalitas pelanggan Alfamart. Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas Customer Relationship Management yang diterapkan di PT Global Loyalty Indonesia berdasarkan pelaksanaan kerja magang. Metode yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara dengan pihak internal perusahaan, studi dokumen, dan studi pustaka. Aktivitas CRM yang dibahas mencakup pengelolaan data pelanggan, pelaksanaan program loyalitas seperti A-Poin, penyusunan komunikasi promosi, serta pemanfaatan media digital dalam menyampaikan pesan yang relevan dan personal kepada pelanggan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penerapan CRM di Alfagift tidak hanya berfungsi sebagai sistem pengelolaan data, tetapi juga sebagai strategi komunikasi dan pemasaran yang terintegrasi. Penerapan CRM secara konsisten mampu meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan, memperkuat hubungan perusahaan dengan konsumen, serta mendukung terciptanya loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Kata kunci : customer relationship management, CRM, Alfagift, ritel digital.

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

CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ACTIVITIES AT PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)

Angela Gabriele Santosa

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the retail industry to implement customer-oriented strategies in order to maintain competitiveness amid changes in consumer behavior. Customer Relationship Management (CRM) has become a strategic approach that plays an important role in building and maintaining long-term relationships with customers. PT Global Loyalty Indonesia (GLI), as the manager of the Alfagift platform, implements data-driven and digital-based CRM to improve service quality and enhance customer loyalty toward Alfamart. This final project aims to describe the Customer Relationship Management activities implemented at PT Global Loyalty Indonesia based on internship experience. The methods used include participatory observation, interviews with internal company stakeholders, document studies, and literature review. The CRM activities discussed include customer data management, the implementation of loyalty programs such as A-Poin, the development of promotional communication, and the utilization of digital media to deliver relevant and personalized messages to customers. The results indicate that CRM implementation at Alfagift functions not only as a customer data management system, but also as an integrated communication and marketing strategy. Consistent CRM implementation is able to enhance customer experience quality, strengthen company–customer relationships, and support the creation of sustainable customer loyalty.

Keywords : *customer relationship management, CRM, Alfagift, digital retail.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

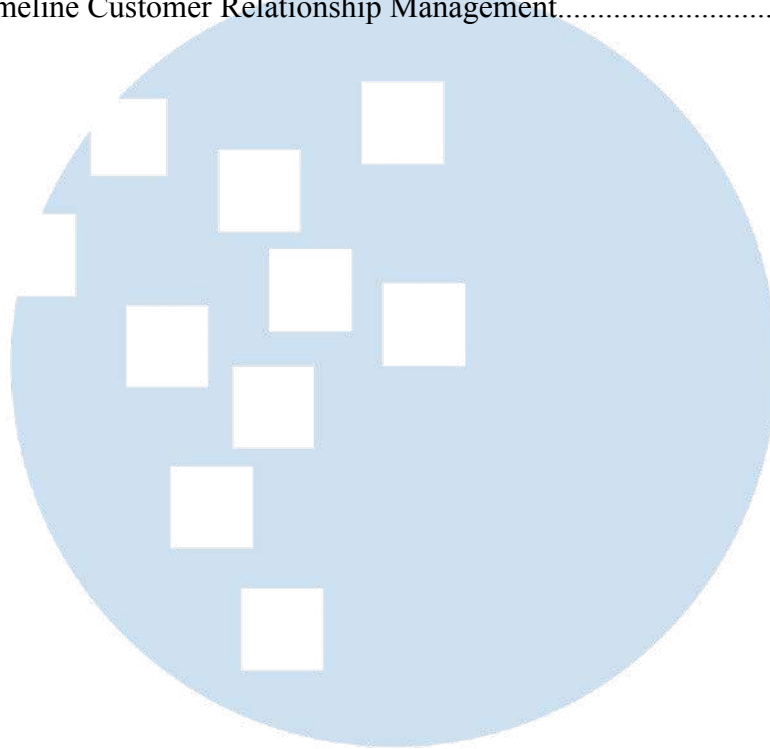
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR TABEL.....	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	11
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	12
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	12
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	13
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	16
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	16
2.2 Visi Misi.....	19
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	20
BAB III.....	23
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	23
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	23
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	24
3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	24
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	26
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	48
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	49
4.1 Kesimpulan.....	51
4.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 gmv pasar e-commerce di indonesia periode 2019-2023.....	1
Gambar 2.1 Logo PT Global Loyalty Indonesia.....	16
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan PT Global Loyalty Indonesia.....	20
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT Global Loyalty Indonesia.....	22
Gambar 3.1 Customer Marketing Overview.....	26
Gambar 3.2 Job Desk Magang.....	27
Gambar 3.3 Schedule Alfagift.....	28
Gambar 3.4 Monitoring Alfagift.....	29
Gambar 3.5 Key Visual Compile Edisi 21.....	30
Gambar 3.6 Inbox Content Writing.....	30
Gambar 3.7 Inbox Aplikasi Alfagift.....	31
Gambar 3.8 Calender Push Plan.....	32
Gambar 3.9 Contoh Push Notification.....	32
Gambar 3.10 Content Script.....	33
Gambar 3.11 Content Production.....	34
Gambar 3.12 Voice Over Script.....	35
Gambar 3.13 Alfagift x Shreya.....	35
Gambar 3.14 KOL Campaign.....	36
Gambar 3.16 Kurasi KOL.....	37
Gambar 3.17 Report KOL.....	38
Gambar 3.18 Design Predikat.....	39
Gambar 3.19 Rekap Alfatar.....	40
Gambar 3.20 Rekap Moengage.....	41
Gambar 3.21 Rekap Monthly.....	41
Gambar 3.22 Sumo & Serbu Redemption.....	42
Gambar 3.23 Sheets Request Produk BO.....	42
Gambar 3.24 Request SKU.....	43
Gambar 3.25 BO Alfagift.....	43
Gambar 3.26 Telegram Poundfit.....	44
Gambar 3.27 Wording Poundfit.....	45
Gambar 3.28 Meeting Sponsor.....	46
Gambar 3.19 Interaksi dengan brand.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Customer Relationship Management.....	25
Tabel 3.2 Timeline Customer Relationship Management.....	25



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	57
B. Kartu MBKM(MBKM02).....	58
C. Daily Task Kewirausahaan(MBKM03).....	59
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	63
E. Surat Penerimaan Perusahaan.....	64
F. Form Konsultasi Magang.....	65
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	66

