

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang berfokus pada penyediaan layanan *customer relationship management*. Perusahaan ini berkantor di Alfa Tower, tepatnya di lantai 2, 24, dan 29 di kawasan Alam Sutera, Kota Tangerang. Perusahaan ini memperkenalkan aplikasi Alfagift dengan tujuan untuk mengembangkan sistem membership point milik Alfamart. Aplikasi tersebut berfungsi sebagai platform keanggotaan bagi pelanggan Alfamart, di mana pengguna dapat mengumpulkan poin dari setiap transaksi, memperoleh informasi mengenai promosi dan voucher yang tersedia, serta menikmati kemudahan berbelanja secara daring.

Selain itu, PT Global Loyalty Indonesia juga berfokus pada bidang Consumer Marketing, dengan menyediakan layanan riset pasar yang dikelola berdasarkan perilaku konsumen (*consumer behavior*) dari anggota Alfagift. Perusahaan ini berperan dalam mendukung pertumbuhan bisnis dengan menghadirkan berbagai solusi seperti *data solution*, *strategic merchant partnership*, *customer relationship management*, *voucher & point exchange*, serta

digital activation & communication. Layanan tersebut membantu mitra dalam mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan performa bisnis, dan merancang strategi pendapatan yang efektif.

Dengan mengusung semangat perusahaan yang berpandangan global dan berorientasi pada proses berkelanjutan, PT Global Loyalty Indonesia menerapkan nilai-nilai utama 2i & 3k, yaitu Integrasi, Inovasi, Kualitas & Produktivitas, Kerja Sama Tim, serta Kepuasan Pelanggan.

Sebelum hadirnya aplikasi Alfagift, GLI sempat mengembangkan aplikasi keanggotaan bernama Ponta. Namun, karena hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan, program tersebut dihentikan dan dialihkan ke Alfagift, *platform e-commerce* milik Alfamart. Saat ini, lebih dari 15.000 gerai Alfamart telah terintegrasi dengan Alfagift, sehingga pelanggan dapat dengan mudah berbelanja dan memenuhi kebutuhan mereka melalui aplikasi tersebut.

PT Global Loyalty Indonesia resmi berdiri pada 15 September 2014 dan memperkenalkan Ponta, sebuah merek asal Jepang yang berfungsi sebagai layanan keanggotaan bagi berbagai mitra bisnis. Di tahun yang sama, Ponta mulai beroperasi dan membantu banyak perusahaan dalam menjalankan program *membership*.

Kemudian, pada 1 Januari 2015, PT Global Loyalty Indonesia menjalin kerja sama dengan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, di mana Alfamart menjadi salah satu *key partner* Ponta dalam penyediaan layanan keanggotaan pelanggan. Selanjutnya, pada 28 September 2015, Alfamart meluncurkan Alfaonline, aplikasi belanja daring yang bertujuan mempermudah pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Setahun kemudian, tepatnya 30 Mei 2016, Alfaonline melakukan rebranding menjadi Alfacart. Perkembangan terus berlanjut hingga 19 Agustus 2019, ketika Alfamart memperkenalkan Alfagift 4.0, aplikasi yang menggabungkan fitur belanja online dan program keanggotaan dalam satu

platform. Di tahun yang sama, tepatnya 1 September 2019, PT Sumber Alfaria Trijaya resmi mengakuisisi PT Global Loyalty Indonesia.

Selanjutnya, pada 1 Mei 2020, Alfagift diluncurkan kembali sebagai aplikasi belanja daring yang lebih terstruktur, mudah digunakan, dan nyaman bagi pengguna. Kemudian, pada 31 Desember 2020, PT Global Loyalty Indonesia bersama Ponta melakukan rebranding program keanggotaan dari “Aku” menjadi A-Member. Terakhir, pada 1 April 2021, Alfacart dan Alfagift resmi bergabung untuk membentuk sistem *omnichannel* Alfamart yang kini dikenal dengan nama Alfagift.

Alfagift merupakan aplikasi digital yang menyediakan layanan *e-commerce* dengan sistem keanggotaan untuk memudahkan pelanggan dalam berbelanja sekaligus memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Melalui Alfagift, pengguna dapat menikmati berbagai keuntungan seperti program *membership*, harga produk yang kompetitif, serta layanan pengiriman yang cepat dan gratis.

Aplikasi ini dilengkapi dengan beragam fitur yang bermanfaat bagi pengguna. Salah satu fitur utamanya adalah pengumpulan A-Poin, di mana pelanggan bisa memperoleh poin setiap kali bertransaksi di jaringan Alfa Group. Poin tersebut dapat disimpan dan digunakan kembali sesuai preferensi pengguna. Selain itu, Alfagift juga menawarkan kemudahan dalam berbelanja online, melakukan pembelian pulsa, voucher digital, serta berbagai fitur menarik lainnya yang terus dikembangkan seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan.

PT Global Loyalty Indonesia menawarkan beragam layanan yang meliputi *Data Solution, Strategic Merchant Partnership, Customer Relationship Management, Voucher & Points Exchange, serta Digital Activation & Communication*. Salah satu produk unggulannya adalah Alfagift, sebuah aplikasi *e-commerce* yang dirancang untuk membantu pelanggan memenuhi kebutuhan sehari-hari secara praktis dan efisien.

Pada tahun 2021, PT Global Loyalty Indonesia meraih penghargaan Best Omni Channel Solution dalam ajang *CNBC Indonesia Awards 2021* (Purwanti, 2021) serta Top Mobile Application pada *Top Mobile Application Award 2021* oleh *Infobrand* (Aryanto, 2021). Keberhasilan tersebut berlanjut di tahun 2022, ketika perusahaan kembali memperoleh penghargaan *Digital Innovation for Sustainable Business* pada ajang *Digital Innovation Award* yang diselenggarakan oleh *MNC Portal Indonesia* (Dian, 2022).

Rangkaian pencapaian tersebut menjadi bukti nyata komitmen PT Global Loyalty Indonesia dalam menghadirkan inovasi berkelanjutan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Reputasi positif yang terus terjaga menunjukkan bahwa perusahaan senantiasa berupaya berkembang dan beradaptasi, tidak hanya demi kepuasan pelanggan, tetapi juga untuk mendukung kemajuan industri *e-commerce* di Indonesia.

2.2 Visi Misi

Visi :

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

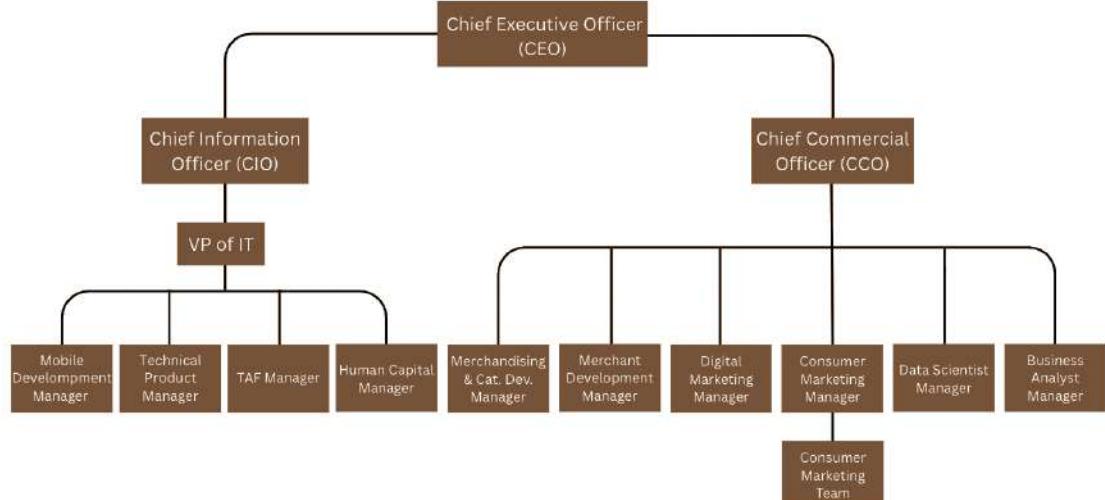
Misi:

- 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.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

PT Global Loyalty Indonesia berada di bawah kepemimpinan Bapak Ryan Alfons Kaloh selaku *Chief Executive Officer (CEO)*. Beliau dipercaya untuk memimpin, mengelola, serta mengembangkan arah strategis perusahaan. Dalam perannya, *CEO* bertanggung jawab dalam merumuskan strategi bisnis, mengambil keputusan penting terkait kinerja perusahaan, serta mengawasi dua posisi utama yaitu *Chief Information Officer (CIO)* dan *Chief Commercial Officer (CCO)*.

Posisi *Chief Information Officer (CIO)* dijabat oleh Bapak Chandra Hermawan, yang memiliki tanggung jawab atas seluruh aspek teknologi dan sistem informasi perusahaan. Segala hal yang berhubungan dengan pengelolaan serta pengembangan teknologi berada di bawah pengawasan beliau. Selain itu,

Bapak Chandra juga membawahi beberapa divisi penting seperti *Vice President of IT, Tax and Finance Manager*, serta *Human Capital Manager*.

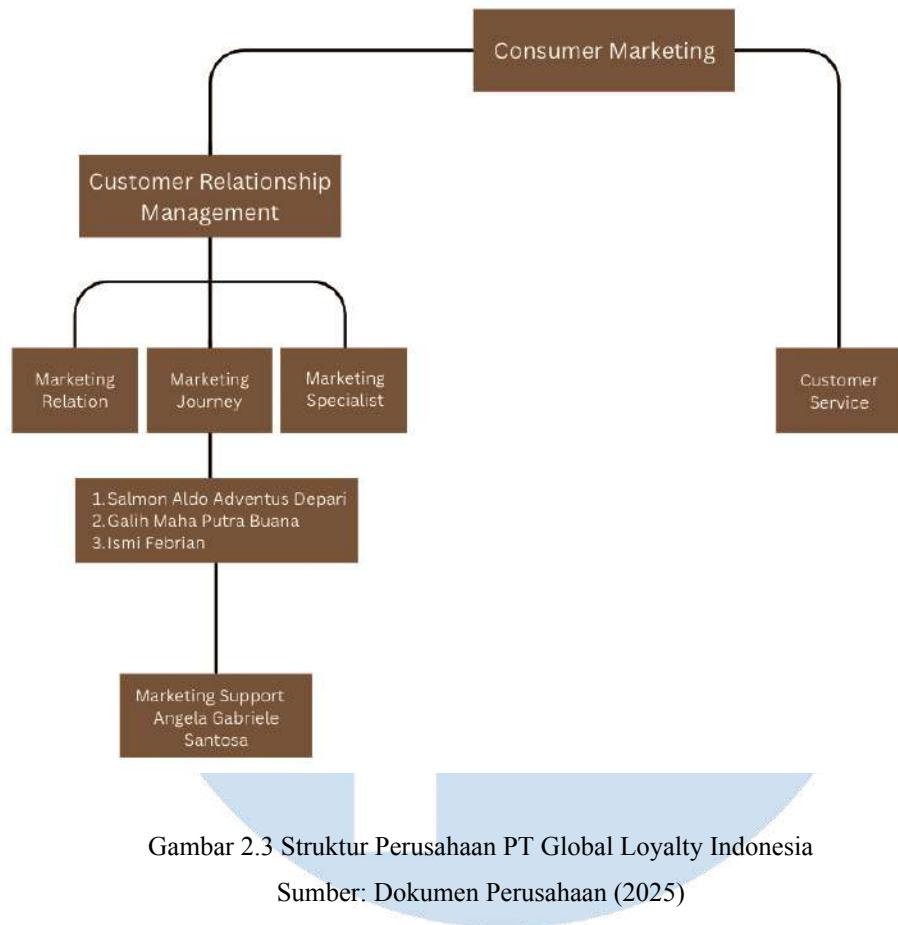
Sementara itu, Ibu Linda Valentin menjabat sebagai *Chief Commercial Officer (CCO)* dan bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan komersial perusahaan. Ruang lingkup tanggung jawabnya meliputi penjualan, promosi, pengembangan bisnis, hingga pencapaian target penjualan. Ibu Linda juga menaungi sejumlah posisi strategis seperti *Vice President of Operations Development, Partnership, Merchandising, Merchant Development, Digital Marketing, Consumer Marketing, Data Scientist, serta Business Analyst Manager*.

Adapun *Vice President of IT*, yang dijabat oleh Bapak Erick Alviyendra, bertanggung jawab untuk mengelola serta menerapkan teknologi informasi di lingkungan perusahaan. Di bawah kepemimpinannya, terdapat beberapa posisi penting seperti *Product Operations Manager, E-commerce Apps, dan Technical Product Manager*.

Kemudian, Bapak Dweshti Suhascaryo menjabat sebagai *Vice President of Operations Development*, dengan tugas utama dalam pengembangan sistem operasional perusahaan, termasuk perencanaan dan peningkatan efisiensi proses kerja.

Selama pelaksanaan program magang di bidang *Customer Relationship Management (CRM)* di PT Global Loyalty Indonesia, pembimbing utama penulis adalah Ibu Eunike Epa Handayani selaku *Junior Manager CRM* dan Salmon Aldo Depari sebagai Koordinator Tim CRM seperti pada **Gambar 2.3**. Selain itu, seluruh kegiatan dalam tim *Consumer Marketing* berada di bawah pengawasan Ibu Denny, yang menjabat sebagai Manager *Consumer Marketing* (Data Perusahaan, 2025).

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

