

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk., yang lebih dikenal luas dengan merek Alfamart. Didirikan pada tahun 2014, GLI berperan dalam menyediakan solusi teknologi informasi dan sistem loyalitas yang mendukung pengembangan bisnis Alfamart serta para mitra dan *merchant* yang bekerja sama. Fokus utama perusahaan adalah memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui pengelolaan data yang terintegrasi serta penerapan program loyalitas yang efektif, sehingga mampu meningkatkan pengalaman belanja pelanggan sekaligus mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Gambar 2.1 berikut adalah logo resmi PT Global Loyalty Indonesia sebagai identitas visual perusahaan.



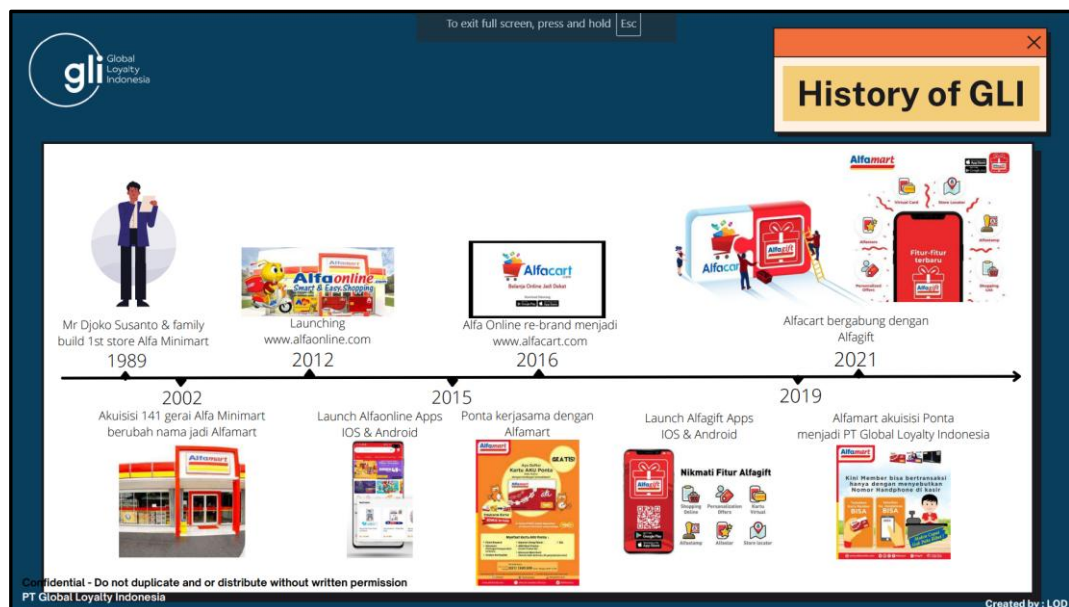
Gambar 2.1 Logo Global Loyalty Indonesia

Perjalanan PT Global Loyalty Indonesia berawal dari sejarah berdirinya Alfamart. Pada tahun 1989, Bapak Djoko Susanto beserta keluarganya mendirikan Alfa Minimart sebagai cikal bakal jaringan ritel tersebut. Seiring dengan pertumbuhan bisnis yang pesat, pada tahun 2002 Alfa Minimart resmi diakuisisi dan melakukan rebranding menjadi Alfamart, dengan jumlah gerai mencapai 141 toko. Melihat kemajuan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat yang

semakin beralih ke transaksi digital, Alfamart mulai melakukan inovasi dengan meluncurkan platform belanja online *alfaonline.com* pada tahun 2012.

Selanjutnya, pada tahun 2015, Alfamart menjalin kerja sama dengan Ponta, sebuah *platform loyalty point* yang memberikan pelanggan keuntungan berupa poin dari setiap transaksi pembelian. Setahun kemudian, *website* *alfaonline.com* mengalami transformasi dan *rebranding* menjadi *Alfacart.com*, sebagai upaya untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan layanan *e-commerce* perusahaan.

Awal kemunculan Alfagift terjadi pada tahun 2019, yang diperkenalkan oleh sebagai aplikasi belanja *online* berbasis *omnichannel* yang menggabungkan kenyamanan berbelanja digital dengan sistem program loyalitas Ponta. Pada tahun yang sama, Alfamart secara resmi mengakuisisi Ponta dan membentuk PT Global Loyalty Indonesia (GLI) sebagai entitas yang bertanggung jawab atas pengelolaan program loyalitas dan pengembangan teknologi digital perusahaan. Kemudian pada tahun 2021, layanan Alfacart diintegrasikan sepenuhnya ke dalam Alfagift, sehingga menjadi satu platform utama yang lebih komprehensif dan terintegrasi, seperti yang ditampilkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Sejarah Terciptanya PT GLI

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

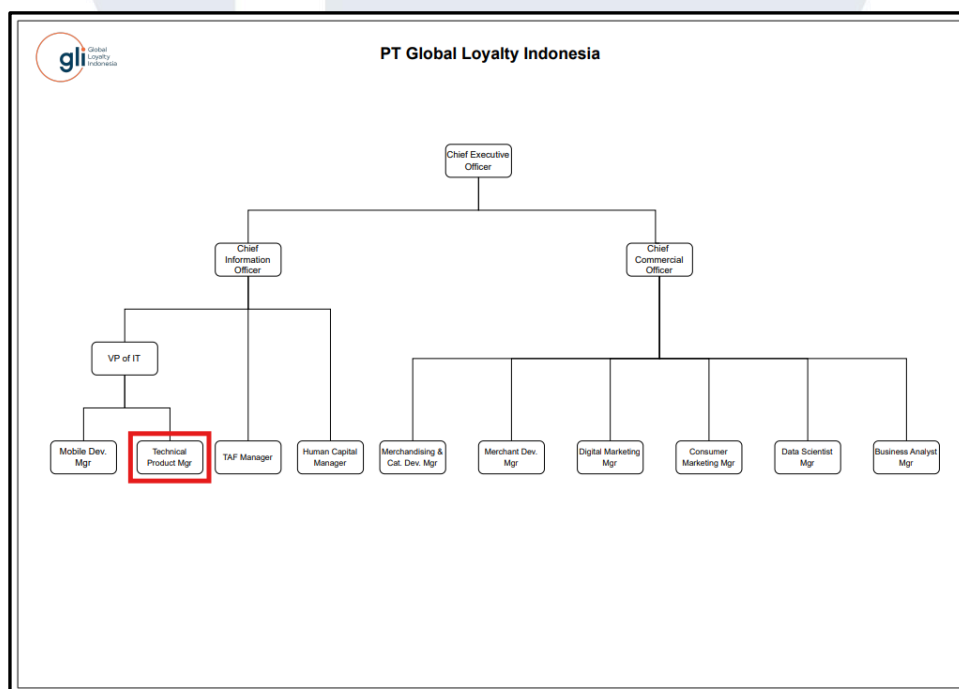
Setiap perusahaan memiliki budaya kerja yang menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari. Budaya kerja tersebut mencerminkan nilai-nilai, etika, dan standar profesional yang diterapkan di lingkungan kerja, sekaligus menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan tugas serta tanggung jawabnya. Berikut merupakan budaya kerja yang diterapkan di 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 2.3 Struktur Perusahaan PT GLI

Gambar 2.3 menggambarkan susunan organisasi PT Global Loyalty Indonesia yang disusun secara hierarkis. Pada *level* tertinggi, perusahaan dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO), Bapak Ryan Alfons Kaloh, yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan strategi bisnis serta memastikan seluruh aktivitas perusahaan berjalan sejalan dengan visi dan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam

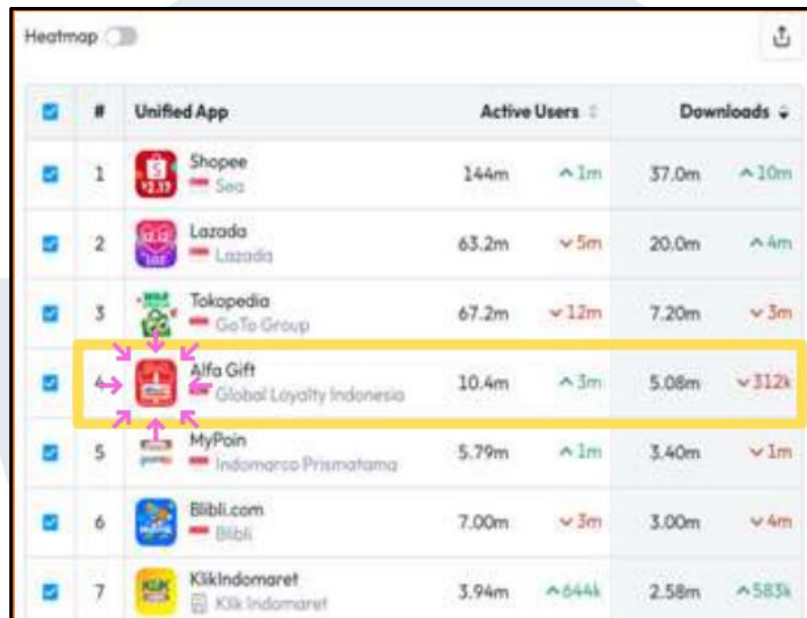
pelaksanaan operasional strategis, CEO didukung oleh dua peran penting, yaitu Chief Information Officer (CIO) Bapak Chandra Hermawan yang berfokus pada pengelolaan infrastruktur teknologi, pengembangan sistem informasi, serta inisiatif transformasi digital perusahaan, dan Chief Commercial Officer (CCO) Ibu Anastasia Linda Valentine yang bertanggung jawab terhadap aspek komersial, termasuk strategi pemasaran, pengembangan bisnis, pertumbuhan pendapatan, serta hubungan dengan mitra eksternal.

Pada struktur di bawah CIO, posisi Vice President (VP) of IT yang dijabat oleh Bapak Erick Alviyendra memiliki peran dalam mengoordinasikan pengembangan aplikasi dan infrastruktur teknologi, dengan membawahi Mobile Developer Manager yang menangani pengembangan aplikasi seperti Alfagift, serta Technical Product Manager yang memastikan produk teknologi dikembangkan sesuai kebutuhan pasar dan desain sistem. Sementara itu, Departemen Product Operation berada di bawah kepemimpinan Bapak Benny Chandra dan mencakup tim QA yang berperan dalam memastikan kualitas setiap fitur dan produk sebelum dirilis. Tim QA terdiri atas satu orang manajer, sembilan belas karyawan tetap, dan enam karyawan magang, di mana setiap karyawan magang mendapatkan pendampingan dari mentor untuk mendukung proses adaptasi serta pemahaman terhadap alur kerja QA, baik dalam pengujian manual maupun otomatisasi.

2.3 Portfolio Perusahaan

Saat ini, PT Global Loyalty Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan jumlah pengguna Alfagift yang terdaftar telah melampaui 14,27 juta, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.4. Seiring dengan capaian tersebut, GLI juga memperoleh berbagai penghargaan besar, di antaranya *Top Mobile Application* pada tahun 2021 [14], *Customer Engagement Excellence Award* pada tahun 2023, serta menempati peringkat keempat sebagai aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak pada tahun 2023 berdasarkan *data.ai's App IQ Taxonomy*. Pencapaian ini membuktikan posisi GLI tidak hanya sebagai pelopor dalam pengembangan program loyalitas, tetapi juga sebagai entitas yang berperan aktif

dalam mendorong inovasi digital yang memenuhi kebutuhan pelanggan di era modern.



#	Unified App	Active Users	Downloads
1	Shopee	144m	37.0m
2	Lazada	63.2m	20.0m
3	Tokopedia	67.2m	7.20m
4	Alfa Gift	10.4m	5.08m
5	MyPoin	5.79m	3.40m
6	Bibli.com	7.00m	3.00m
7	KlikIndomaret	3.94m	2.58m

Gambar 2.4 2023 Ranking by Market | Shopping Category

Sebagai perusahaan yang berfokus pada layanan *customer loyalty* dan solusi digital, PT Global Loyalty Indonesia menyediakan beragam layanan inti yang mencakup kemitraan, *merchant customer relationship management*, *data solution*, penukaran *voucher* dan poin, serta *digital activation and communication*. Salah satu produk utamanya, Alfagift, telah terintegrasi dengan lebih dari 15.000 gerai Alfamart yang tersebar di seluruh Indonesia. Aplikasi ini mendukung berbagai opsi pemenuhan pesanan, mulai dari layanan pengantaran gratis yang dijalankan melalui aplikasi khusus kru Alfagift hingga fitur *pick-up* langsung di gerai Alfamart terdekat. Selain itu, Alfagift juga dilengkapi dengan fitur A-Poin yang memungkinkan pengguna menukarkan poin dengan berbagai produk eksklusif, serta layanan pembayaran tagihan dan *top-up* e-wallet. Kombinasi fitur tersebut menjadikan Alfagift sebagai platform belanja digital yang terintegrasi, praktis, dan mendukung kebutuhan pelanggan setia Alfamart.