

BAB II

GAMBARAN UMUM PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA (ALFAGIFT)

2.1 Tentang PT Global Loyalty Indonesia (Alfagift)

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) didirikan pada tahun 2014 sebagai anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart). Pada dasarnya, perusahaan ini didirikan sebagai tujuan dalam mendukung transformasi digital dan loyalitas pelanggan. GLI memiliki prinsip utama *Knowledge, Activation, Value* yang berfokus dalam pemahaman pelanggan, pelaksanaan strategi, dan pemberian manfaat yang nyata bagi perusahaan maupun konsumen.



Gambar 2. 1 Logo PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Awalnya, Alfamart memiliki keinginan untuk mengembangkan sistem loyalitas pelanggan guna meningkatkan hubungan dengan konsumen. Sejalan dengan tujuan tersebut, pada September 2014, PT Global Loyalty Indonesia hadir sebagai perusahaan penyedia solusi loyalitas pelanggan. Pada tahun tersebut, GLI bekerja sama dengan Ponta, yaitu sebuah jasa *Coalition Loyalty Marketing Program* sebagai sistem keanggotaan pelanggan setia Alfamart. Dalam bertransaksi, pelanggan dapat menggunakan kartu Ponta untuk mengumpulkan poin, mendapatkan potongan harga, dan undian hadiah gratis.



Gambar 2. 2 Logo Ponta

Sumber: Dokumen Perusahaan (2014)

Seiring berjalannya waktu, penggunaan program loyalitas pelanggan dalam bentuk kartu fisik mulai mengalami penurunan. Oleh karena itu, pada September 2015 aplikasi Alfaonline diluncurkan sebagai platform belanja online Alfamart. Pelanggan dapat menggunakan Ponta sebagai loyalitas berbasis kartu fisik dan Alfaonline sebagai platform digital untuk mengumpulkan poin dan potongan harga dalam berbelanja. Pada Mei 2016, GLI mengubah nama Alfaonline menjadi Alfacart sebagai strategi dalam memperkuat citra merek dan mengembangkan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen.



Gambar 2. 3 Logo Alfaonline dan Alfacart

Sumber: Dokumen Perusahaan (2016)

Selanjutnya, pada Agustus 2019, Alfamart secara resmi meluncurkan Alfagift sebagai format dan perangkat terbaru sebagai aplikasi belanja berbasis online. Alfagift menjadi aplikasi online yang nyaman, mudah, dan aman untuk

belanja kebutuhan harian. Dalam hal ini, kerjasama dengan Ponta telah berakhir dan Alfacart bergabung dengan Alfagift sebagai Omnichannel Alfamart. Saat ini, Alfagift bergerak sebagai layanan yang menyediakan *Data Solution, Merchant Partner, Customer Relationship Management, Voucher & Points*, serta *Digital Activation & Communication*.



Gambar 2. 4 Logo Alfagift

Sumber: Dokumen Perusahaan (2019)

Hingga saat ini, Alfagift telah meraih penghargaan seperti CNBC Awards: Best Omnichannel Solutions (2021), Top Mobile Application Award: Aplikasi Layanan Minimarket (2021), Digital Innovation Award for Sustainable Business (2022), Marketeers Editor's Choice Award: Integrated Program of The Year (2022), Moengage Customer Engagement Excellence Awards: Turning Data Into Delight (2023), Moengage Customer Engagement Excellence Awards: Leading with Loyalty. Sampai saat ini, Alfagift menjadi solusi belanja online untuk konsumen dengan fitur lengkap seperti Live Shopping, Promo Produk Online, Isi Ulang & Tagihan, Gift Card, Cashback Voucher, Flash Sale, dan lainnya.

2.2 Visi Misi PT Global Loyalty Indonesia (Alfagift)

VISI:

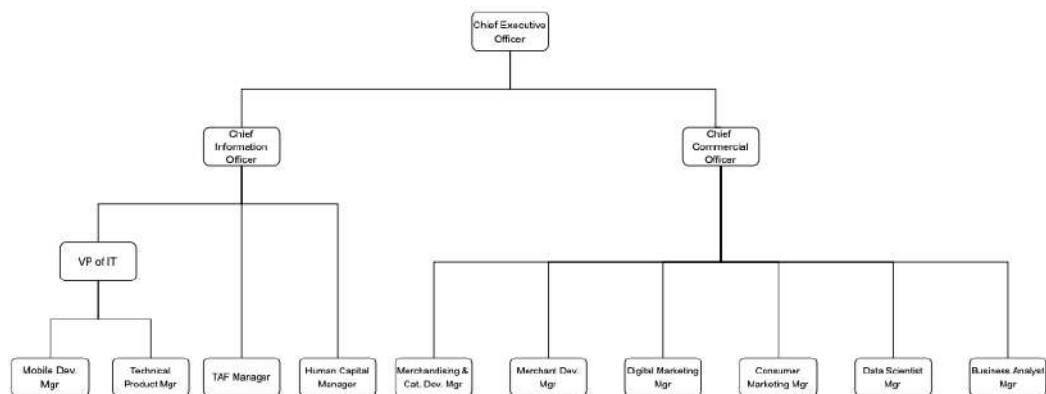
Menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

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 PT Global Loyalty Indonesia (Alfagift)

PT Global Loyalty Indonesia merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dalam pemasaran *digital* dan ritel modern. PT Global Loyalty Indonesia memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia

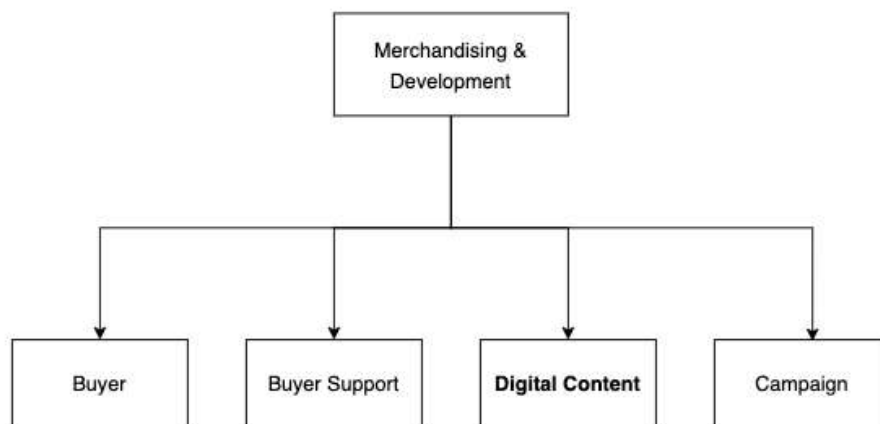
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO). Ryan Alfons Kaloh selaku CEO bertanggung jawab atas strategi perusahaan serta pengambilan keputusan utama

untuk perusahaan. CEO berperan menaungi Chief Information Officer dan Chief Commercial Officer.

Posisi Chief Information Officer dijabat oleh Chandra Hermawan yang bertanggung jawab penuh atas aspek teknologi dan sistem informasi perusahaan. Sementara itu, Chief Commercial Officer dijabat oleh Linda Valentin yang bertanggung jawab mengelola kegiatan komersial, seperti penjualan, pengembangan bisnis, dan promosi perusahaan. PT Global Loyalty Indonesia juga memiliki beberapa divisi yang saling mendukung operasional perusahaan.

Dalam departemen komersial, terdapat Divisi Merchandising & Development, Merchant Development, Digital Marketing, Consumer Marketing, Data Scientist, dan Business Analyst. Masing-masing divisi memiliki tim yang berfokus dalam pengembangan. Berikut adalah struktur dari Divisi Merchandising & Development:



Gambar 2. 6 Struktur Divisi Merchandising & Development

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Divisi ini bertanggung jawab terhadap merek dari awal ingin masuk aplikasi hingga proses jual beli sebuah produk. Berikut adalah tugas dari tim tersebut:

A. Buyer

Melakukan negosiasi dengan *brand/principal* untuk mendatangkan produk yang akan dijual di Alfacita. Dalam hal ini, Buyer juga berperan langsung dalam

menyusun strategi penjualan dan promosi. Buyer melakukan pendataan secara rinci untuk memastikan semua berjalan dengan baik. Tim ini memiliki kaitan langsung dengan pekerja magang dalam *listing product* dengan memberikan data produk baru ke Digital Content untuk eksekusi masuk ke dalam Alfacift.

B. Buyer Support

Buyer Support mendukung segala keperluan administrasi Buyer. Buyer Support juga melakukan pendataan berkas melalui harga, promosi, dan jumlah barang. Tim ini berfokus dalam promosi dan perhitungan barang ketika promosi dilakukan. Tim ini berkaitan langsung dengan pekerja magang melalui pemberian harga atau informasi harga baru yang nantinya akan diselaraskan dengan aplikasi Alfacift.

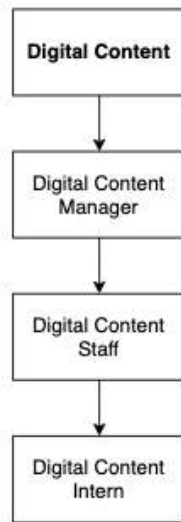
C. Digital Content

Mengelola konten produk yang ada di aplikasi Alfacift, yang meliputi foto, deskripsi, dan informasi lain. Digital Content juga menjalankan strategi SEO dan *in-app keyword mapping*. Dalam hal ini, Digital Content berperan penting dalam penulisan serta artikel yang ada di aplikasi. Posisi ini merupakan posisi pekerja magang.

D. Campaign

Menyusun strategi *in-app campaign* untuk meningkatkan penjualan. Campaign berperan untuk mencari informasi lebih lanjut untuk menjalankan kampanye, dengan memperhatikan kebutuhan konsumen. Campaign juga bekerja sama dalam pembuatan iklan yang menarik. Tim ini berhubungan langsung dengan pekerja magang dengan menaikkan produk baru yang telah dikerjakan oleh Digital Content.

Selama proses pelaksanaan kerja magang, mahasiswa magang berada pada posisi Digital Content Intern dengan struktur Tim sebagai berikut:



Gambar 2. 7 Struktur Divisi Digital Content

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

A. Digital Content Manager

Bertanggung jawab penuh atas perencanaan, pengendalian, serta pengarahan kepada seluruh anggota tim guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, Manager berperan sebagai Supervisor yang melakukan pengawasan secara langsung terhadap Digital Content Intern, serta memastikan bahwa kualitas pekerjaan yang dihasilkan telah sesuai dengan standar perusahaan.

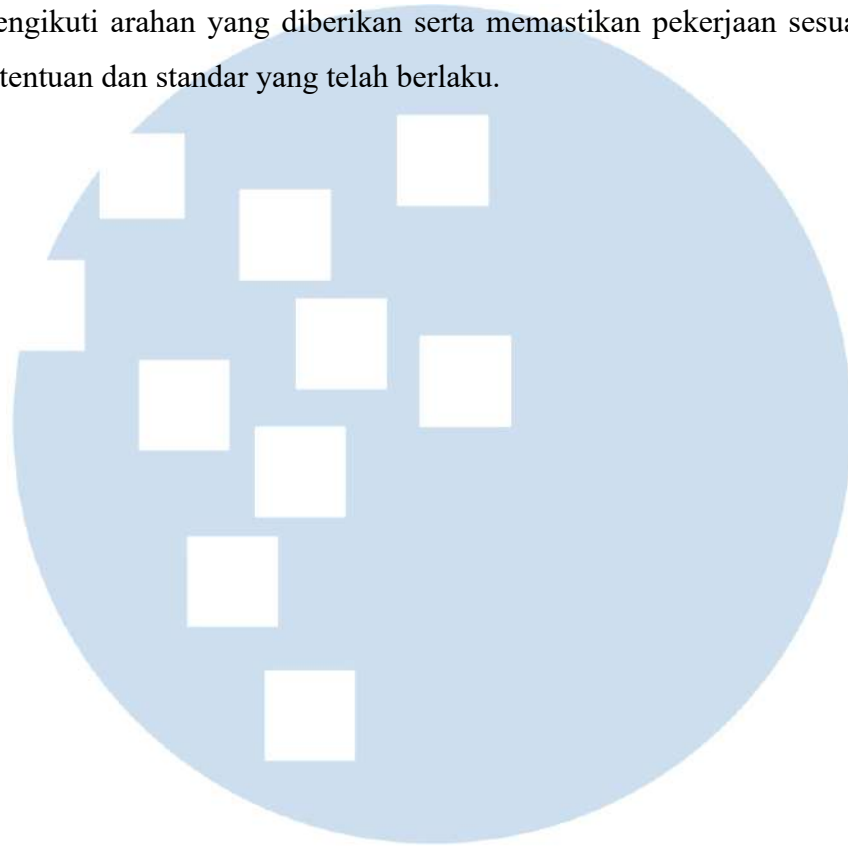
B. Digital Content Staff

Staff memiliki peran dalam mendukung pelaksanaan operasional aplikasi Alfagift sehari-hari serta berkomunikasi dengan tim lain dalam proses kerja. Dalam pelaksanaannya, Staff bertanggung jawab dalam mendistribusikan tugas secara langsung kepada pekerja magang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Staff juga berperan sebagai pembimbing teknis yang memberikan arahan, penjelasan, serta pelatihan kepada pekerja magang terkait tugas yang diberikan, dan memastikan pekerjaan yang dilakukan telah sesuai dengan standar yang ditetapkan.

C. Digital Content Intern

Pekerja magang bertugas dalam membantu pelaksanaan operasional Alfagift sehari-hari. Dalam pelaksanaannya, pekerja magang memastikan tugas yang

diberikan, dilakukan secara teliti, baik, dan tepat waktu. Pekerja magang juga mengikuti arahan yang diberikan serta memastikan pekerjaan sesuai dengan ketentuan dan standar yang telah berlaku.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA