

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia adalah sebuah perusahaan penyedia solusi loyalitas pelanggan yang menjembatani *brand* dengan mitra dalam mengembangkan aktivasi pemasaran. Global Loyalty Indonesia (GLI) berdiri sejak tahun 2014 sebagai bagian dari ekosistem PT Sumber Alfaria Triyaja Tbk yang merupakan perusahaan induk yang mengelola jaringan ritel Alfamart. Pada tahun 1989, bapak Djoko Susanto dan keluarga mendirikan Alfa *minimart* sebagai perusahaan dagang aneka produk yang kemudian menjual mayoritas kepemilkannya kepada PT HM Sampoerna Tbk [3]. Dilanjutkan pada tahun 2002, mengakuisisi 141 gerai Alfa *minimart* dan kemudian berganti nama menjadi Alfamart.



Gambar 2. 1 Logo perusahaan Global Loyalty Indonesia

Pada 5 September 2014, Global Loyalty Indonesia berdiri dengan membawa merk Ponta sebagai program *membership*. Pada tahun 2015, Alfamart mulai mengembangkan bisnisnya secara *digital* melalui peluncuran aplikasi *mobile*.

Berkolaborasi bersama dengan GLI sebagai salah satu partner program *membership* Ponta Aku untuk memperluas jangkauan sistem *membership* dengan pelanggan [4]. Dilanjutkan dengan peluncuran aplikasi Alfaonline yang berfungsi sebagai *platform* untuk belanja *online* produk Alfamart pada 28 September 2015, yang setelahnya *direbranding* menjadi Alfacart pada tahun 2016. Kemudian pada 19 Agustus 2019, Alfamart meluncurkan aplikasi Alfagift 4.0 sebagai format baru pada aplikasi *membershipnya* [4]. Di tahun yang sama juga, Alfamart mengakuisisi Global Loyalty Indonesia dengan kepemilikan sebesar 75% dan meresmikannya sebagai bagian dari Alfagroup.

Pada tahun 2020 tepatnya pada bulan Mei, Alfagift bertransformasi menjadi aplikasi yang bukan hanya penyedia layanan loyalitas pelanggan saja tetapi bisa untuk berbelanja kebutuhan harian. Diakhir tahun 2020, kerjasama antara GLI dengan Ponta resmi berakhir dan terjadi perubahan nama *membership* yang sebelumnya Ponta Aku menjadi A-Member. Akhirnya pada tanggal 1 April 2021, Alfacart resmi bergabung dengan Alfagift menjadi *platform Omnichannel* milik Alfamart. Sampai saat ini, Global Loyalty Indonesia dengan ekosistem Alfagift menjadi komponen utama dalam transformasi *digital* Alfamart dengan berbagai layanan dalam 1 aplikasi, yang meliputi belanja *online*, pengelolaan *membership*, pengumpulan dan penukaran poin, hingga kolaborasi dengan mitra dan brand berbasis pengelolaan data dan informasi untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

PT Global Loyalty Indonesia memiliki visi untuk menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Visi ini mencerminkan komitmen perusahaan yang berfokus pada kolaborasi bersama brand dan mitra dengan pengelolaan data dan informasi yang inovatif untuk menciptakan nilai kepuasan pelanggan tertinggi.

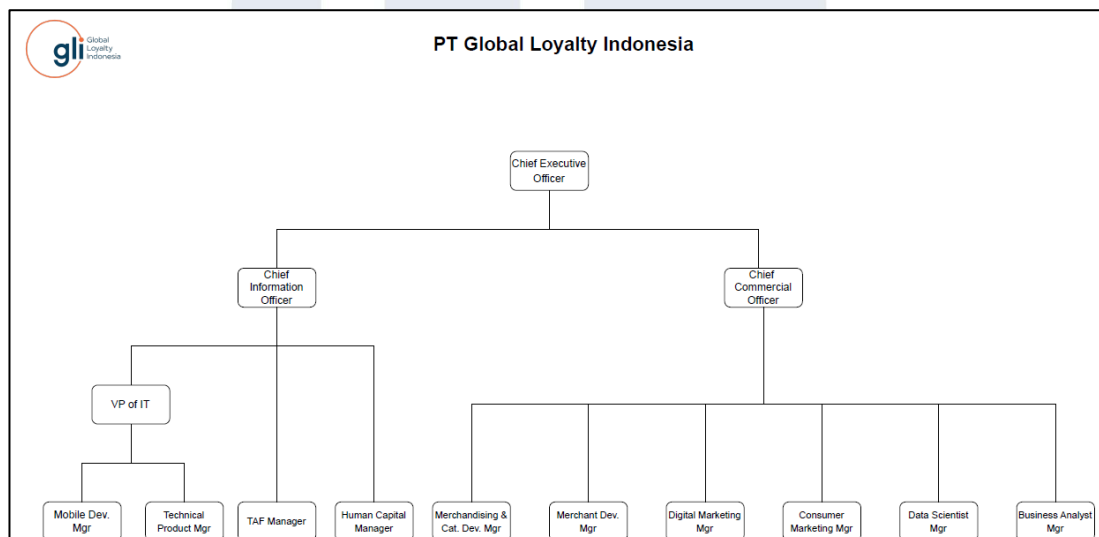
Untuk mewujudkan visi tersebut, Global Loyalty Indonesia menjalankan beberapa misi yaitu.

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.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia.

PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO), yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan perusahaan. Berikut adalah penjelasan tiap posisi pada struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia.

1. *Chief Executive Officer* (CEO) : pemangku jabatan tertinggi, bertanggung jawab atas visi, misi, dan arah strategis perusahaan. Mengambil keputusan penting yang memengaruhi pertumbuhan perusahaan dan juru bicara perusahaan. Keberhasilan perusahaan bergantung pada keputusan CEO sebagai pengawas operasional.

2. *Chief Information Officer (CIO)* : pimpinan tertinggi dalam bidang teknologi informasi, bertanggung jawab atas pengelolaan seluruh infrastruktur teknologi informasi, pengembangan sistem, keamanan data, mengelola risiko dan kepatuhan regulasi sistem informasi, serta inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi bisnis.
3. *Chief Commercial Officer (CCO)* : bertanggung jawab atas strategi komersial dan marketing perusahaan dan pengembangan. CCO juga bertanggung jawab untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.
4. *Vice President of IT (VP of IT)* : VP IT bekerja langsung dibawah CIO, bertindak sebagai jembatan antara visi strategis CIO dengan pelaksanaan operasional IT. Bertanggung jawab terhadap seluruh departemen IT, seperti membantu merencanakan, mengembangkan, dan mengelola infrastruktur IT. Berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis terkait IT.
5. *Mobile Development Manager* : bertanggung jawab atas pengembangan dan perencanaan aplikasi berbasis *mobile* dan memimpin tim pengembang aplikasi berbasis *mobile*.
6. *Technical Product Manager* : bertanggung jawab atas pengembangan produk dan perencanaan teknis. Berinteraksi dengan tim pengembangan dan pemangku kepentingan lainnya untuk memastikan produk dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna, memenuhi standar dari perspektif teknis, dan mencapai tujuan bisnis.
7. *Tax and Finance Manager (TAF)* : bertanggung jawab atas seluruh pengelolaan keuangan dan pajak perusahaan, memastikan kepatuhan terhadap peraturan pajak, menyusun laporan keuangan, analisis keuangan, dan perencanaan pajak.
8. *Human Capital Manager (HC)* : bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan. Meliputi proses perekrutan, seleksi, penempatan, pengembangan karyawan, dan melakukan kegiatan administrasi sumber daya manusia seperti penggajian, manajemen kinerja, dan pemutusan hubungan kerja (PHK).
9. *Merchandising & Category Development Manager* : bertanggung jawab mengembangkan dan mengelola strategi *merchandising* dengan menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen untuk menghasilkan strategi kategori yang

efektif. Bertugas untuk mengelola inventori, penetapan harga, menampilkan produk di toko fisik maupun *online*, serta menjalin kemitraan dengan pemasok untuk negosiasi harga dan menjual produk.

10. *Merchant Development Manager* : bertanggung jawab mengembangkan dan memelihara relasi dengan mitra atau penjual untuk meningkatkan *portofolio* produk dan layanan, mencari peluang bisnis baru, dan memastikan ketersediaan dan keberlangsungan pasokan produk dari mitra.
11. *Digital Marketing Manager* : bertanggung jawab menyusun dan menjalankan strategi pemasaran secara digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk, melalui *Search Engine Optimization* (SEO), *SEM*, media sosial, dan pemasaran konten.
12. *Consumer Marketing Manager* : bertanggung jawab atas pengembangan strategi pemasaran untuk menjangkau, mempertahankan pelanggan serta meningkatkan retensi pelanggan melalui aksi kampanye pemasaran seperti promosi, iklan, dan acara Mengelola program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan retensi pelanggan.
13. *Data Scientist Manager* : bertanggung jawab mengumpulkan, menganalisis, dan memproses data yang dipakai untuk mengembangkan model untuk mengidentifikasi pola, tren, dan masalah bisnis untuk membantu dalam pengambilan keputusan.
14. *Business Analyst Manager* : bertanggung jawab menganalisis bisnis dan menyediakan wawasan untuk pendukung dalam pengambilan keputusan strategis dengan mengidentifikasi dan menganalisis tren bisnis dan peluang yang berfungsi untuk meningkatkan keuntungan dan efisiensi bagi perusahaan. Tugasnya mencakup pembuatan proyeksi dan perkiraan berbasis analisis data dan kolaborasi lintas tim dan department lainnya untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif.