

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan solusi digital yang menjadi bagian dari ekosistem PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Alfamart). Perusahaan ini didirikan pada tahun 2014 dengan fokus pada pengelolaan data pelanggan, pengembangan program loyalitas, serta penyediaan solusi berbasis *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mendukung strategi pemasaran dan peningkatan hubungan jangka panjang dengan pelanggan [2].

Untuk memahami peran GLI dalam ekosistem bisnis Alfamart, perlu ditinjau perkembangan transformasi digital yang dilakukan oleh perusahaan induknya. Sejak tahun 2015, Alfamart mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital melalui pengembangan berbagai layanan berbasis digital. Pada tahun yang sama, Alfamart menjalin kerja sama dengan Ponta sebagai penyedia layanan *Coalition Loyalty Marketing Program* yang memungkinkan pelanggan mengumpulkan dan menukarkan poin pada berbagai merchant yang bekerja sama [5].

Selain mengembangkan program loyalitas pelanggan, Alfamart juga menghadirkan layanan belanja daring melalui Alfaonline yang kemudian berkembang menjadi Alfacart sebagai platform belanja berbasis website dan aplikasi mobile. Pengembangan layanan digital tersebut menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam membangun ekosistem yang mengintegrasikan layanan ritel, program loyalitas, dan teknologi digital.



Gambar 2.1. Logo PT Global Loyalty Indonesia

Perkembangan penting terjadi pada tahun 2019 ketika PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. mengakuisisi sebagian besar saham PT Global Loyalty Indonesia. Akuisisi tersebut menjadi langkah strategis perusahaan dalam memperkuat pengelolaan data pelanggan, pengembangan program loyalitas, serta transformasi digital yang dilakukan oleh Alfamart [6].

Di tahun yang sama, Alfamart juga meluncurkan aplikasi Alfagift yang menandai peralihan program loyalitas dari sistem kartu fisik menuju media digital yang lebih praktis dan terintegrasi. Berdasarkan laporan tahunan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk., Alfagift dirancang untuk menawarkan promosi khusus, penawaran yang dipersonalisasi, serta kemudahan akses berbagai layanan belanja bagi konsumen [7].

Sejak saat itu, PT Global Loyalty Indonesia tidak hanya berperan sebagai pengelola program loyalitas pelanggan, tetapi juga menjadi perusahaan yang mengembangkan berbagai solusi digital berbasis data. Selain mengembangkan sistem yang digunakan oleh pelanggan melalui ekosistem Alfagift, GLI juga memiliki divisi IT Corporate yang bertanggung jawab dalam pengembangan dan pemeliharaan berbagai sistem internal perusahaan [2].

Divisi IT Corporate mengembangkan berbagai aplikasi berbasis website yang digunakan oleh berbagai departemen internal perusahaan, seperti Finance, Marketing, Legal, dan General Affair. Sistem-sistem tersebut dikembangkan untuk mendukung pengelolaan data, meningkatkan efisiensi proses bisnis, serta membantu operasional perusahaan secara lebih terstruktur. Dalam divisi inilah penulis melaksanakan kegiatan kerja magang sebagai Intern Quality Assurance (QA) yang berfokus pada pengujian dan validasi sistem sebelum digunakan oleh user.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi

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

2.2.2 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 melalui pemanfaatan 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[8].

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

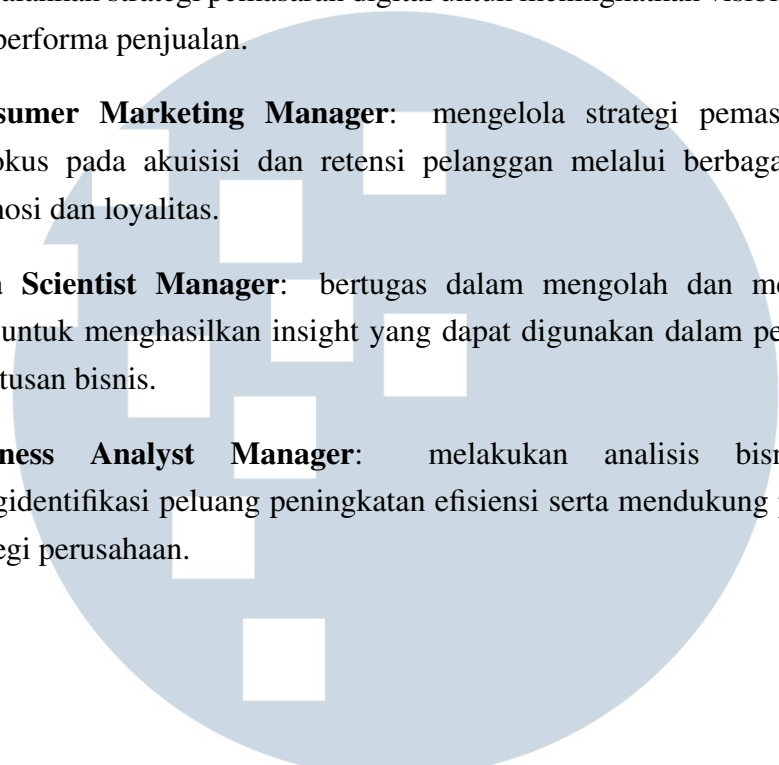


Gambar 2.2. Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia

Pada Gambar 2.2 dijelaskan bahwa PT Global Loyalty Indonesia dipimpin oleh Chief Executive Officer, yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan dan kemajuan perusahaan. Berikut merupakan uraian tiap posisi yang terdapat pada struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia.

1. **Chief Executive Officer (CEO):** bertanggung jawab dalam menjalankan visi dan misi perusahaan serta menjadi representatif utama perusahaan dalam menjalin hubungan dengan investor, dewan direksi, dan pihak eksternal lainnya.

2. **Chief Information Officer (CIO):** berperan dalam merencanakan dan mengelola strategi teknologi informasi guna memastikan infrastruktur sistem berjalan secara optimal, aman, serta sesuai dengan regulasi yang berlaku.
3. **Chief Commercial Officer (CCO):** bertanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komersial yang mencakup aspek penjualan, pemasaran, serta pengembangan bisnis untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.
4. **Vice President of IT (VP of IT):** berada di bawah CIO dan berfungsi dalam mengelola serta mengembangkan sistem teknologi informasi, termasuk pengambilan keputusan strategis terkait transformasi digital perusahaan.
5. **Mobile Development Manager:** bertugas dalam merancang dan mengembangkan aplikasi mobile serta memimpin tim pengembang untuk memastikan aplikasi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan user.
6. **Technical Product Manager:** bertanggung jawab dalam perencanaan teknis dan pengembangan produk, serta menjadi penghubung antara tim teknis dengan stakeholder untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan bisnis.
7. **Tax and Finance Manager:** mengelola aspek keuangan dan perpajakan perusahaan, termasuk penyusunan laporan keuangan serta memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.
8. **Human Capital Manager:** bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia, mulai dari proses rekrutmen, pengembangan karyawan, hingga administrasi kepegawaian.
9. **Merchandising & Category Development Manager:** mengelola strategi merchandising berdasarkan analisis pasar dan perilaku pelanggan, serta bertanggung jawab dalam pengelolaan produk dan hubungan dengan pemasok.
10. **Merchant Development Manager:** berperan dalam membangun dan menjaga hubungan dengan mitra bisnis serta mengembangkan peluang kerja sama untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.

- 
11. **Digital Marketing Manager:** bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas merek dan performa penjualan.
 12. **Consumer Marketing Manager:** mengelola strategi pemasaran yang berfokus pada akuisisi dan retensi pelanggan melalui berbagai program promosi dan loyalitas.
 13. **Data Scientist Manager:** bertugas dalam mengolah dan menganalisis data untuk menghasilkan insight yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis.
 14. **Business Analyst Manager:** melakukan analisis bisnis untuk mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi serta mendukung perumusan strategi perusahaan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA