

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan gambaran umum mengenai PT Global Loyalty Indonesia, yang mencakup sejarah singkat berdirinya perusahaan, visi dan misi yang menjadi landasan operasional, serta struktur organisasi yang menunjukkan hierarki dan pembagian tugas, khususnya pada divisi tempat pelaksanaan kerja magang.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) yang didirikan pada tahun 2014. Perusahaan ini dibentuk dengan fokus utama sebagai penyedia layanan *Customer Relationship Management* (CRM), analisis *Big Data*, dan pemasaran konsumen terintegrasi untuk ekosistem ritel Alfa Group.

Pada awal pendiriannya, PT Global Loyalty Indonesia mengembangkan dan mengelola program keanggotaan *multipartner* di bawah merek dagang PONTA. Program ini memungkinkan pelanggan mengumpulkan poin loyalitas dari berbagai *merchant* yang berpartisipasi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan pergeseran perilaku konsumen menuju ekosistem *online*, perusahaan melakukan transformasi strategis. Layanan PONTA secara bertahap dilebur dan berevolusi menjadi Alfagift, sebuah aplikasi *e-commerce* dan *loyalty* terpadu.

Saat ini, Alfagift berfungsi sebagai platform keanggotaan resmi yang menghubungkan konsumen dengan lebih dari 15.000 gerai Alfamart di seluruh Indonesia. Melalui inovasi ini, PT Global Loyalty Indonesia memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman belanja *Online to Offline* (O2O) yang mulus bagi lebih dari 25 juta pengguna terdaftar. Logo resmi perusahaan dapat dilihat pada Gambar 2.1.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatan operasional dan strategi bisnisnya, PT Global Loyalty Indonesia memiliki komitmen yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan.



Gambar 2.1. Logo PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumentasi Internal Perusahaan

Visi Perusahaan:

Menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan (*knowledge-based*) dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Misi Perusahaan:

1. Menyediakan platform *Customer Relationship Management* yang inovatif dan terintegrasi.
2. Memberikan nilai tambah bagi mitra bisnis (*merchant partner*) melalui solusi pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*).
3. Meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan Alfamart melalui ekosistem digital Alfagift.

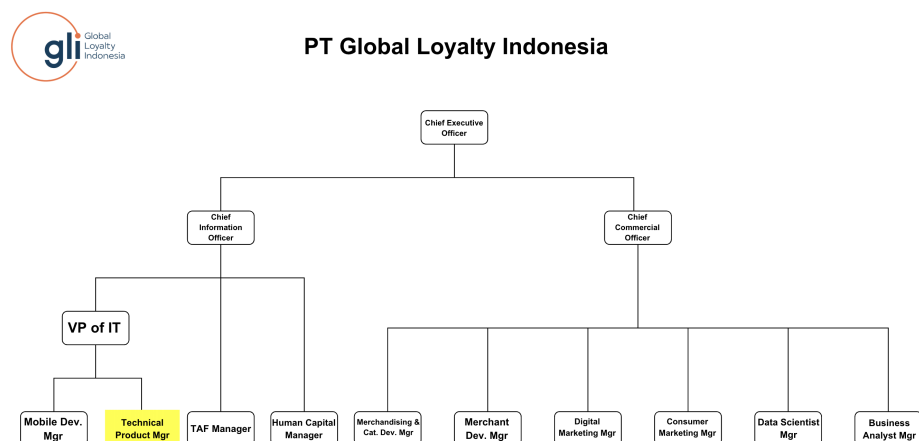
Selain visi dan misi, perusahaan juga menjunjung tinggi nilai-nilai budaya kerja **2I & 3K**, yaitu *Integrasi, Inovasi, Kualitas & Produktivitas, Kerja Sama Tim*, serta *Kepuasan Pelanggan*. Nilai-nilai ini menjadi pedoman perilaku profesional seluruh karyawan dalam menghadapi dinamika industri teknologi ritel.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Global Loyalty Indonesia dirancang untuk mendukung kelincahan (*agility*) dalam pengembangan produk teknologi. Perusahaan dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yang membawahi berbagai direktorat dan divisi strategis. Pada aspek teknologi informasi, kepemimpinan dipegang oleh *Vice President* (VP) of IT yang bertanggung jawab atas seluruh siklus pengembangan aplikasi, keamanan sistem, dan infrastruktur teknologi perusahaan.

Siklus pengembangan aplikasi di GLI melibatkan kolaborasi lintas divisi, termasuk *Business Analyst*, *UI/UX Designer*, *Mobile/Web Developer*, dan *Quality Assurance* (QA). Penempatan secara spesifik dilakukan di dalam departemen *Product Operation - Promo*. Departemen ini memiliki tanggung jawab esensial untuk merancang, mengonfigurasi, dan memastikan kelancaran fungsionalitas kampanye promosi yang diterapkan di dalam sistem Alfagift dan entitas yang dinaunginya.

Sebagai *IT Quality Assurance Intern*, kelayakan teknis dari hasil pengembangan kode dijemput dengan dokumen kebutuhan operasional bisnis melalui posisi tersebut. Pelaporan dan koordinasi rutin dituntut oleh posisi ini guna memastikan bahwa setiap rilis atau *revamp* fitur aplikasi (seperti *My Lawson*) telah melewati standarisasi pengujian sebelum diluncurkan kepada pengguna. Struktur organisasi perusahaan PT Global Loyalty Indonesia secara umum dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia

Sumber: Dokumentasi Internal Perusahaan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA