

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT. Global Loyalty Indonesia (GLI) merupakan anak perusahaan yang bernaung di bawah PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. (Alfamart). Fokus utama PT. GLI adalah merangkul berbagai mitra dan *brand* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, yakni dengan mengubah pengelolaan data menjadi strategi pemasaran yang memberikan nilai tambah maksimal bagi konsumen. Dalam operasionalnya, PT. GLI mengedepankan prinsip kerja yang cerdas, profesional, dan bertaraf global guna menjaga kepercayaan pelanggan. Hal ini turut didukung oleh lingkungan kerja yang dinamis dan bersemangat untuk menciptakan hasil kerja yang modern dan optimal. [9]



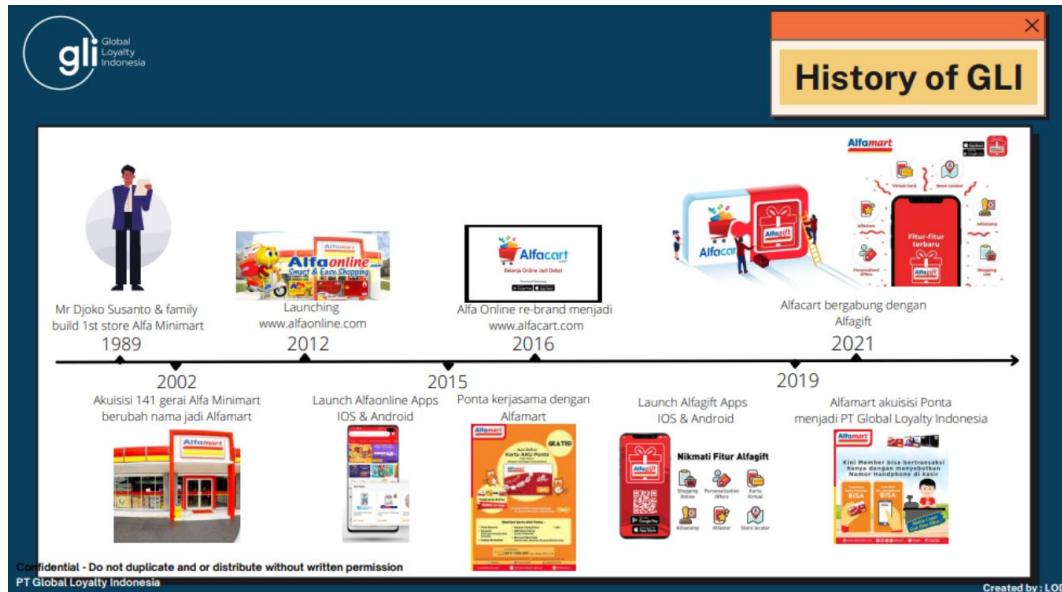
Gambar 2. 1 Logo dari PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

Saat ini, aplikasi tersebut telah terintegrasi dengan lebih dari 20.000 gerai Alfamart yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia [10] dan dilengkapi dengan layanan pesan antar yang cepat tanpa biaya pengiriman, yang dinamakan aplikasi APO. Pembentukan PT. GLI ini bertujuan untuk memperkuat sinergi antara perusahaan dan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperluas peluang bisnis dengan daya saing global melalui sistem analisis bisnis yang mempermudah pengambilan keputusan

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar ini merupakan dokumentasi dari sejarah terbangunnya PT. Global Loyalty Indonesia [9]:



Gambar 2. 2 Sejarah dari PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

Jejak langkah perusahaan dimulai pada tahun 1989 saat Bapak Djoko Susanto mendirikan Alfa Minimart, sebuah toko kelontong yang menjual sembako untuk masyarakat yang kemudian memiliki banyak cabang dan resmi berganti nama menjadi Alfamart pada tahun 2002. Merespons perkembangan teknologi, PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. merintis platform belanja *online* berbasis *website* bernama www.alfaonline.com pada tahun 2012. Platform ini kemudian berevolusi menjadi aplikasi *mobile* bernama Alfaonline pada 2015 melalui kerja sama dengan Ponta. Pada tahun 2016, Alfa Online mengalami *re-branding* menjadi [alfacart.com](http://www.alfacart.com). Tiga tahun berselang, tepatnya pada 2019, diluncurkanlah aplikasi Alfagift yang digabungkan dengan Ponta untuk menyajikan berbagai penawaran eksklusif kepada pengguna. Di tahun yang sama, PT. SAT, Tbk. mengambil alih Ponta dan mengubah namanya menjadi PT. Global Loyalty Indonesia. Sebagai puncaknya,

pada tahun 2021, layanan Alfamart dan Alfagift resmi dilebur menjadi satu kesatuan di bawah naungan PT. GLI. Melalui ekosistem terpadu ini, PT. GLI dapat mengelola data pelanggan secara komprehensif guna merancang program pemasaran yang berwawasan luas dan memberikan nilai tambah terbaik bagi konsumen. [9]

2.3 Visi Misi dan Nilai Perusahaan

1. Visi dari Perusahaan Global Loyalty Indonesia [9]
 - a) Menjadi perusahaan terkemuka penyedia solusi berbasis pengetahuan dalam menciptakan loyalitas pelanggan
2. Misi dari Perusahaan Global Loyalty Indonesia [9]
 - a) Membangun organisasi yang terpercaya, terus bertumbuh, dan bermanfaat bagi pelanggan melalui kolaborasi dengan partner bisnis, *stakeholder*, dan afiliasi.
 - b) Menyediakan wawasan strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan melalui solusi data yang akurat.
 - c) Memberdayakan seluruh generasi dalam menghadirkan cara belanja yang didorong teknologi terkini.
 - d) Menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi seluruh pelanggan melalui program loyalitas terbaik.
 - e) Menjadi pilihan tempat bekerja terbaik bagi talenta berbakat dalam mengembangkan diri.
3. Nilai dari Perusahaan Global Loyalty Indonesia [9]
 - a) Integritas yang tinggi
Menjunjung tinggi sikap kejujuran, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika, serta bertanggung jawab terhadap setiap pekerjaan.
 - b) Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik
Berpikir secara kreatif dalam bekerja dan berkomitmen tinggi untuk melakukan perbaikan dan perkembangan cara kerja secara terus menerus.
 - c) Kualitas dan produktivitas yang tertinggi

Mampu fokus dalam menjalankan tugas dan pada target yang ingin dicapai, sehingga mempunyai pencapaian hasil kerja yang lebih baik.

d) Kerjasama tim

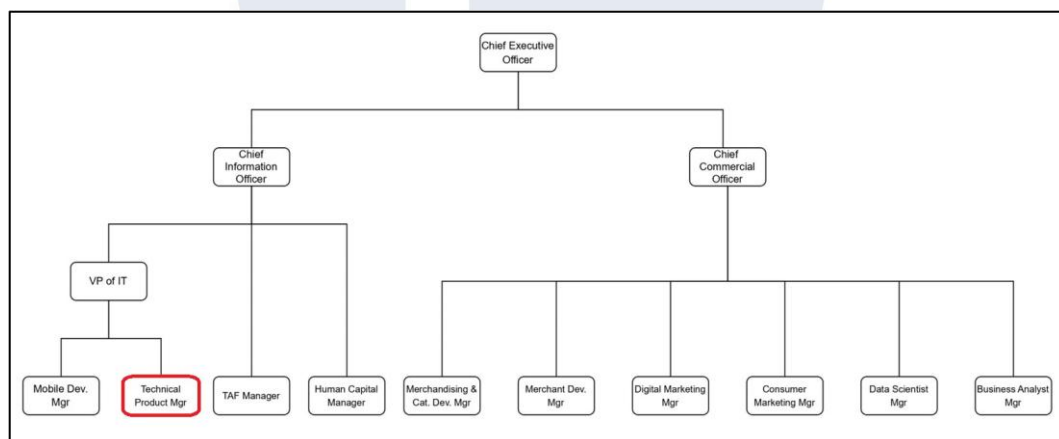
Terlibat aktif dalam mengerjakan tugas, serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.

e) Kepuasan pelanggan melalui pelayanan terbaik

Memberikan kualitas pelayanan tinggi, dengan kata lain berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar ini merupakan dokumentasi dari struktur organisasi PT. Global Loyalty Indonesia :



Gambar 2. 3 Struktur organisasi dari PT. Global Loyalty Indonesia

Sumber: PT. Global Loyalty Indonesia

Di bawah CEO, terdapat dua posisi kunci yang mengelola operasional inti:

1. *Chief Information Officer* (CIO) Bapak Chandra Hermawan, bertanggung jawab atas infrastruktur teknologi perusahaan, transformasi digital, serta memastikan sistem informasi mendukung kebutuhan bisnis.
2. *Chief Commercial Officer* (CCO) Ibu Anastasia Linda Valentine, bertanggung jawab untuk mengelola strategi komersial dan pengembangan bisnis, seperti pemasaran, pertumbuhan pendapatan perusahaan, dan hubungan dengan mitra bisnis.

Posisi di bawah CIO, yaitu *Vice President (VP) of IT*, Bapak Erick Alviyendra, bertugas dalam mengelola infrastruktur teknologi serta pengembangan aplikasi. Beliau membawahi *Mobile Developer Manager* yang menangani pengembangan fitur aplikasi Alfagift, serta *Technical Product Manager* bahwa seluruh produk teknologi beroperasi sesuai dengan rancangan awal dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Sedangkan departemen *Product Operation* dipimpin oleh Bapak Benny Chandra. Beliau memegang dan mensupervisi posisi *Quality Assurance (QA)* yang bertugas dalam memastikan setiap fitur yang dikembangkan itu bebas dari *bug* serta bisa berjalan secara optimal. Dibawah posisi QA, terdapat karyawan magang yang dimana setiap karyawan magang mendapatkan mentor mereka masing - masing yang membantu membimbing serta memastikan pemahaman mereka terhadap proses QA, baik pengujian secara manual maupun otomatisasi.

