

## Umumkan Rencana IPO, Blibli Optimis Hasilkan Bisnis Berkelanjutan Lewat Ekosistem Bernilai Tambah

- Bersama entitas anak, *tiket.com* dan *Ranch Market*, Blibli membangun ekosistem perdagangan dan gaya hidup yang siap juga relevan di masa depan. Sinergi dan integrasi dalam ekosistem ini, menawarkan pelayanan berkualitas, terpercaya, inovatif, dan berkelanjutan.
- Pendapatan neto pada periode semester pertama tahun 2022 tercatat sebesar Rp6,7 triliun, tumbuh 124% dari periode yang sama tahun sebelumnya.

**Jakarta, 18 Oktober 2022**—PT Global Digital Niaga Tbk (“Blibli” atau “Perseroan”), menyelenggarakan *Due Diligence Meeting* dan Paparan Publik (*Public Expose*) terkait rencana penawaran umum saham perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) yang akan dilakukan oleh perseroan pada bulan November mendatang.

**CEO & Co-Founder Blibli, Kusumo Martanto** mengatakan aksi korporasi Blibli ini merupakan salah satu langkah strategis dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan di era disrupsi dan menyongsong pertumbuhan ekonomi digital di masa mendatang. Bersama *tiket.com* dan *Ranch Market*, Blibli menegaskan posisinya sebagai pemimpin ekosistem *omnichannel* perdagangan dan gaya hidup yang terintegrasi di Indonesia. “Ekosistem Blibli mensinergikan tiga *platform* unggulan yaitu *commerce* (Blibli); *online travel agent* (OTA) dan gaya hidup (*tiket.com*); serta *high quality supermarket chain* terkemuka (*Ranch Market*). Dengan demikian, Blibli dapat senantiasa fokus membangun kepercayaan, memberikan kemudahan dan nilai tambah bagi para pelanggan, serta menyediakan layanan yang lebih lengkap, bermanfaat dan terintegrasi dari tiap *channel* dan *platform* di dalam ekosistem.” ujar Kusumo pada acara paparan publik Blibli di Hotel Indonesia Kempinski, Jakarta, pada Selasa (18/10/2022)

Tak berhenti di situ, sinergi ini juga diperkuat dengan fundamental bisnis yang kokoh dari berbagai aspek. Dari aspek model bisnis, Blibli fokus pada pendekatan *Business-to-Consumer* (B2C) dengan dukungan dari *brand partners* berskala global maupun nasional dalam bentuk kemitraan strategis. Model bisnis ini berimplikasi pada penjualan dan laba yang memiliki rasio lebih tinggi dibandingkan model bisnis *Consumer-to-Consumer* (C2C). Bermitra dengan para pemegang merek, Blibli memastikan keaslian produk yang ada dalam platformnya demi menjaga kepuasan serta kepercayaan pelanggan.

Selain itu, Blibli disokong dengan infrastruktur logistik andal lewat jaringan pergudangan dan layanan pengiriman yang dikelola secara mandiri, ditambah lebih dari 21 mitra logistik pihak ketiga. Dengan kekuatan rantai pasok dari hulu ke hilir yang dimilikinya, Blibli memelopori pengiriman cepat sampai lewat fitur dua jam sampai (*2 Hours-Delivery*) yang telah tersedia di 34 kota di penjuru tanah air.

Pada kesempatan yang sama, **CEO *tiket.com*, George Hendrata** mengatakan sebagai pionir *Online Travel Agent* (OTA) di Indonesia, *tiket.com* mengukuhkan kepemimpinannya di segmen *travel* dan *lifestyle* yang membawa nilai tambah bagi ekosistem. “*Travel* dan *lifestyle* adalah bagian tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia. Lewat ekosistem terpadu ini, kami percaya dapat semakin memenuhi kebutuhan

pelanggan saat mereka sibuk dengan kesehariannya,” ucap George. Ia menambahkan, pada tahun 2019, tiket.com juga dinobatkan sebagai “The Fastest Growing OTA in the World”<sup>1</sup>.

Sebagai bagian dari ekosistem bisnis terbesar di Indonesia, Djarum, Blibli memiliki pondasi alur operasi yang kokoh mencakup bagaimana menjadi pemegang merek, produsen, distributor, termasuk jalur distribusi kepada pelanggan. Dengan latar belakang tersebut, Blibli dapat mengembangkan bisnisnya melalui solusi *omnichannel*, mengintegrasikan layanan *offline* dan *online touchpoint* lewat *flagship monobrand* (Samsung, Xiaomi, Oppo, dan Vivo) dan multibrand store dengan fitur Blibli InStore, fitur Click & Collect, dan tukar tambah. Blibli juga turut mengembangkan layanan *omnichannel* di sektor UMKM melalui Blibli Mitra.

Dari sisi kepemimpinan perseroan, Kusumo mengatakan tim manajemen datang dari latar belakang lanskap pasar dalam negeri yang tangguh. “Dengan eksekutif yang solid, kami percaya dapat melampaui apa yang kami capai hari ini. Lebih dari itu, kami mengapresiasi seluruh pihak yang mendukung Blibli hingga saat ini. Mulai dari para penjual dan mitra bisnis di bidang teknologi, logistik, institusi keuangan, pemasaran, pemegang merek, dan pemasok, yang menjadi rekanan kami menjangkau setiap pelanggan. Termasuk para UMKM yang berani mengambil langkah berbeda dalam menggapai potensi baru, serta seluruh keluarga besar Blibli, tiket.com, dan Ranch atas upaya tanpa lelah mendorong kemajuan perseroan.”

### **Potensi Bisnis Berkelanjutan Lewat *Three Proven Business Model***

Selain aspek fundamental yang mumpuni, langkah Blibli semakin optimis dengan potensi pertumbuhan pasar di Indonesia. Menurut riset dari Frost & Sullivan dan Euromonitor<sup>2</sup>, jumlah potensi pasar (*Total Addressable Market/TAM*) industri e-commerce Indonesia pada tahun 2025 diproyeksikan bertumbuh hingga USD436 miliar. Potensi tersebut menjadi prospek bagi ekosistem Blibli.

- Kontribusi layanan perdagangan (*commerce*) diproyeksikan tumbuh hingga USD150 miliar, yang mana dapat diserap oleh layanan Blibli
- Sektor *travel* dan *lifestyle* diprediksi menyumbang USD41 miliar terhadap potensi pasar di Indonesia.
- Permintaan akan *groceries* mengambil porsi terbesar pada TAM industri e-commerce senilai USD245 miliar. Hal ini menjadi keunggulan Blibli melalui ekosistem *e-groceries* omnichannel bersama Ranch Market.

Adapun kinerja bisnis Blibli sebagai berikut:

- Pendapatan neto pada periode semester pertama tahun 2022 tercatat sebesar Rp6,7 triliun, tumbuh 124% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Jumlah pendapatan neto pada periode tersebut telah mencapai 76% dari jumlah pendapatan neto tahun 2021.
- Laba bruto perseroan pada periode semester pertama tahun 2022 tercatat meningkat 148% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.
- Tahun 2021, jumlah pelanggan institusi baik pemerintah maupun swasta juga meningkat dari 80.783 pelanggan menjadi 153.089 pelanggan.

---

<sup>1</sup> By Sabre

<sup>2</sup> Frost & Sullivan and Euromonitor, 2022

## Struktur Penawaran Umum Saham

Sebanyak-banyaknya sebesar 17.751.205.900 (tujuh belas miliar tujuh ratus tujuh puluh satu juta dua ratus lima ribu sembilan ratus) saham baru yang merupakan Saham Biasa Atas Nama dengan nilai nominal Rp250,00 (dua ratus lima puluh Rupiah) setiap saham atau sebanyak-banyaknya sebesar 15,00% (lima belas koma nol nol persen) dari modal ditempatkan dan disetor setelah Penawaran Umum Saham Perdana yang dikeluarkan dari portepel Perseroan dan ditawarkan kepada masyarakat, dengan rentang harga penawaran sebesar Rp410,00 (empat ratus sepuluh Rupiah) hingga Rp460,00 (empat ratus enam puluh Rupiah) setiap saham.

Adapun dana hasil IPO yang diperkirakan sebanyak-banyaknya Rp8,1 triliun akan digunakan sebagian untuk pembayaran saldo utang fasilitas, dan sisanya akan dialokasikan sebagai modal kerja dalam mendukung kegiatan usaha utama dan pengembangan usaha.

Masa penawaran awal atau *bookbuilding* akan dilaksanakan mulai hari ini 17 Oktober 2022 hingga 24 Oktober 2022. Masa penawaran umum direncanakan pada 1 hingga 3 November 2022. Rencananya, Blibli akan tercatat di Papan Perdagangan Utama Bursa Efek Indonesia (BEI) menggunakan kode saham "BELI". Untuk rencana aksi korporasi ini, Blibli telah menunjuk PT BCA Sekuritas dan PT BRI Danareksa Sekuritas sebagai Penjamin Pelaksana Emisi Efek (*Joint Lead Underwriters*).

\*\*\*

### Tentang PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli)

Didirikan tahun 2011, PT Global Digital Niaga Tbk ("Blibli" atau "Perseroan") merupakan pelopor ekosistem perdagangan dan gaya hidup omnichannel terdepan di Indonesia yang fokus melayani konsumen ritel dan institusi lewat konektivitas digital. Blibli mengintegrasikan pengalaman online dan offline melalui layanan *e-commerce* dan toko fisik untuk beberapa mitra merek terkemuka. Selain itu, Blibli juga berkolaborasi dengan lebih dari 27.000 toko yang melayani fitur Blibli InStore dan Click&Collect, serta didukung oleh infrastruktur rantai pasok, termasuk jaringan pergudangan dan logistik yang dikembangkan secara nasional dan meningkatkan layanan pengiriman langsung lewat layanan Blibli Express Services (BES), dan berbagai mitra logistik pihak ketiga.

Pada tahun 2017, Blibli mengakuisisi tiket.com untuk memperluas layanan hingga perjalanan, akomodasi, dan pengalaman gaya hidup. Pada tahun 2021, ekosistem omnichannel Blibli semakin lengkap dengan penambahan produk segar dan kebutuhan sehari-hari bagi pelanggannya melalui akuisisi PT Supra Boga Lestari (BEI: RANC) – perusahaan pengelola sejumlah supermarket seperti Ranch Market dan Farmers Market. Pada tahun 2022, Blibli menempati peringkat pertama kategori *consumer electronics* dan makanan segar (*fresh products*) B2C omnichannel menurut Frost & Sullivan, serta memiliki layanan pelanggan 24/7.

Blibli memiliki *unified omnichannel ecosystem* yang disebut sebagai **Blibli Tiket** terdiri dari entitas anak, tiket.com dan Ranch Market, untuk menegaskan sinergi ekosistem yang memberikan kemudahan serta nilai tambah bagi pelanggan, dengan menyediakan layanan lebih lengkap, bermanfaat juga terintegrasi di setiap *channel dan platform*.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi: <https://about.blibli.com/id>

### Kontak media:

public.relations@gdn-commerce.com