



## Catatan Pertumbuhan Sehat Sepanjang Tahun, Blibli Didukung Solusi Omnichannel dan Sinergi Ekosistem yang Terintegrasi

**Jakarta, 21 Desember 2022** – PT Global Digital Niaga Tbk (“Blibli” atau “Perseroan”; BEI: “BELI”) adalah pelopor ekosistem perdagangan dan gaya hidup omnichannel di Indonesia yang berfokus pada konsumen dan institusi.

Sepanjang tahun 2022, Blibli telah melakukan sejumlah inovasi solusi dan kolaborasi untuk membawa Blibli semakin dekat menuju visi menjadi platform omnichannel perdagangan dan gaya hidup terdepan dan terpercaya bagi seluruh pelanggan, baik konsumen ritel maupun institusi. Hal ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berubah melalui pengembangan strategi omnichannel dan penguatan ekosistem Blibli.

Sepanjang tahun 2022 Blibli memperkuat kehadirannya di segmen Toko Fisik melalui pembukaan beberapa *Flagship Stores*, yang terdiri dari *monobrand store* seperti Samsung Experience Store dan Hello, *monobrand store* Blibli untuk salah satu *leading brand*, Apple (di mana Blibli telah ditunjuk sebagai *Apple tier-1 partner* di Indonesia). Selain itu, Blibli juga memiliki *multibrand store* seperti Blibli Store dan toko Tukar Tambah. Saat ini, Blibli telah mengoperasikan lebih dari 100 *Flagship Stores* serta 70 gerai Ranch Market yang tersebar di seluruh Indonesia.

Hingga September 2022, solusi omnichannel Blibli juga menjangkau lebih dari 27.000 Click & Collect dan Blibli InStore, serta lebih dari 160.000 Blibli Mitra yang merupakan pengusaha mikro serta toko-toko kelontong. Blibli juga telah meluncurkan armada listrik untuk pengantaran pesanan yang dioperasikan oleh layanan logistik *inhouse* Blibli Express Service (BES) Paket.

Selain itu, tiket.com, juga semakin memperlihatkan kontribusinya seiring dengan pelonggaran pembatasan perjalanan dan meningkatnya minat masyarakat untuk mengunjungi berbagai tempat atraksi dan hiburan.

Tak berhenti di situ, Blibli memperkuat sinergi dengan entitas anak, tiket.com dan Ranch Market, melalui peluncuran *unified ecosystem* Blibli Tiket yang menawarkan *Single Sign-On* (SSO) serta *Loyalty Parity* untuk kedua platform tersebut. Di penghujung 2022, Blibli mencatatkan sebuah tonggak sejarah lewat aksi korporasinya melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui skema Penawaran Umum Saham Perdana (IPO).

### Bukukan Tren Kinerja Positif

Pada periode sembilan bulan pertama tahun 2022, Blibli berhasil mencatatkan pertumbuhan *Average Order Value* (AOV) dari Rp714.570 pada periode yang sama tahun 2021 menjadi Rp1.028.956. Blibli mencatatkan pertumbuhan *Total Processing Value* (TPV) konsolidasi sebesar 105%, dari Rp19,8 triliun pada periode sembilan bulan tahun 2021 menjadi sebesar Rp40,6 triliun pada periode yang sama tahun ini. Hal ini didorong oleh kenaikan TPV pada semua segmen terutama dari segmen 3P Ritel, yang dikontribusikan dari pemulihan pada sektor perjalanan (*travel*) di tiket.com.

Pertumbuhan TPV tersebut juga disertai dengan peningkatan *Gross Profit Before Discount* (GPBD) konsolidasi, dari Rp679 miliar pada periode sembilan bulan tahun 2021 menjadi Rp1,8



triliun pada periode yang sama tahun ini, atau bertumbuh sebesar 167%. Sehingga, Blibli berhasil mencatatkan peningkatan *Take Rate* konsolidasi dari 3,4% pada periode sembilan bulan tahun 2021 menjadi 4,5% pada periode yang sama tahun ini. Pertumbuhan TPV juga didukung dari pertumbuhan secara organik, terlihat dari *Yearly Transacting Users* (YTU) yang meningkat dari 2,4 juta pengguna pada periode sembilan bulan tahun 2021 menjadi 4,3 juta pengguna pada periode yang sama tahun ini.

Pada periode sembilan bulan pertama tahun 2022, Blibli juga berhasil mencatatkan pertumbuhan Pendapatan Bersih (*Net Revenue*) konsolidasi sebesar 98%, dari Rp5,3 triliun pada periode yang sama tahun 2021 menjadi Rp10.5 triliun. Sedangkan persentase EBITDA terhadap TPV tercatat lebih baik dari -11,3% pada periode sembilan bulan tahun 2021 menjadi -8,5% pada periode yang sama tahun ini. Hal ini terutama didukung peningkatan efisiensi beban operasional.

Blibli optimis dapat terus menghasilkan bisnis berkelanjutan di masa yang akan datang.

-Selesai-

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

Didirikan tahun 2011, PT Global Digital Niaga Tbk ("Blibli" atau "Perseroan"; BEI: "BELI") merupakan pelopor ekosistem perdagangan dan gaya hidup omnichannel terdepan di Indonesia yang fokus melayani konsumen ritel dan institusi melalui 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 Tbk (BEI: "RANC") – perusahaan pengelola sejumlah gerai supermarket premium seperti Ranch Market dan Farmers Market. Pada tahun 2022, Blibli menempati peringkat pertama kategori B2C Omnichannel 1P consumer electronics dan fresh products menurut Frost & Sullivan, serta memiliki layanan pelanggan 24/7.

Blibli memiliki *unified omnichannel ecosystem* yang disebut sebagai Blibli Tiket, termasuk didalamnya entitas anak, tiket.com dan Ranch Market, untuk menegaskan sinergi ekosistem yang memberikan kemudahan pengalaman berbelanja serta nilai tambah bagi pelanggan, dengan menyediakan layanan lebih lengkap, bermanfaat juga terintegrasi di setiap channel dan platform. Saham Blibli diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia ("BEI") dengan kode saham "BELI".

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

#### **Metrik Operasional:**

*Total Processing Value* ("TPV"): jumlah nilai produk dan jasa yang dibayar dan dikirim, yang difasilitasi oleh Kelompok Usaha Perseroan (termasuk platform-platform Blibli.com dan/atau tiket.com) dalam periode yang relevan.

*Yearly Transacting Users* ("YTU"): jumlah pengguna unik yang melakukan sekurang-kurangnya satu transaksi pada platform Blibli.com dan/atau tiket.com dengan pembayaran periode yang relevan.

*Average Order Value* ("AOV"): TPV pada platform Blibli.com dan/atau tiket.com dibagi jumlah pesanan atas pembelian yang telah dibayar melalui platform-platform ini, masing-masing pada periode yang relevan.

*Gross Profit Before Discount* ("GPBD"): laba kotor yang dihasilkan dari penjualan langsung, setelah ditambah diskon dan subsidi, selama periode yang relevan.

*Take Rate*: GPBD dibagi dengan TPV, masing-masing pada periode yang relevan.

*Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization* ("EBITDA"): pendapatan sebelum bunga, pajak, depresiasi aset tetap dan amortisasi aset tidak berwujud, dan tidak termasuk item yang tidak berulang, selama periode yang relevan.

***Pengukuran Keuangan Non-PSAK:***

Untuk melengkapi informasi terkait kinerja keuangan konsolidasi Perseroan, yang disusun dan disajikan sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (“PSAK”), Perseroan menyajikan ukuran keuangan non-PSAK tertentu seperti “EBITDA”, “GPBD” dan “Take Rate”, yang harus dipertimbangkan sebagai tambahan untuk hasil yang disusun sesuai dengan PSAK tetapi tidak terpisah atau sebagai pengganti hasil ukuran keuangan PSAK. Ukuran keuangan non-PSAK tersebut mungkin berbeda dari ukuran serupa yang digunakan oleh perusahaan lainnya, dan disajikan untuk meningkatkan pemahaman penanam modal / pembaca secara keseluruhan atas kinerja keuangan Perseroan.

***Pernyataan Berwawasan ke Depan:***

Dokumen ini mungkin mengandung pernyataan yang berwawasan kedepan (“*forward-looking statement*”), dimana informasi atas *forward-looking statement* tersebut didasarkan pada sejumlah ekspektasi internal, estimasi, proyeksi, dan asumsi saat ini, serta keyakinan bahwa, di mana dipandang wajar oleh manajemen, secara inheren bergantung pada ketidakpastian dan kontinjensi bisnis, ekonomi, kompetitif, atau lainnya, sampai dengan tanggal dokumen ini dipublikasikan. *Forward-looking statement* tersebut tidak memberikan jaminan atas kinerja di masa yang akan 3ctual dan melibatkan risiko yang sudah dan belum diketahui, ketidakpastian, serta faktor-faktor lain (termasuk risiko dan ketidakpastian yang terdapat dalam laporan keuangan Perusahaan dan Pembahasan dan Analisis Manajemen yang tersedia melalui situs web Perusahaan), yang mungkin mengakibatkan hasil, kinerja, atau pencapaian 3ctual menjadi berbeda secara material dari hasil, kinerja, atau pencapaian masa depan yang dipaparkan atau tersirat oleh *forward-looking statement* tersebut. Perseroan menyangkal adanya tanggung jawab apa pun untuk memperbarui informasi atau melakukan revisi terhadap *forward-looking statement* apa pun, baik sebagai akibat dari adanya informasi atau kejadian baru, atau lainnya. Pembaca diminta untuk berhati-hati dengan tidak bergantung secara tidak wajar pada *forward-looking statement* tersebut.

**Kontak Media:**

[public.relations@gdn-commerce.com](mailto:public.relations@gdn-commerce.com)