

Siaran Pers

Menavigasi Masa Depan Ritel dan *Omni Shopper*: Blibli Perkuat Ekosistem dengan Solusi Bernilai Tambah

Selalu relevan dengan pengalaman belanja pelanggan yang nyaman, menguntungkan dan menerapkan keberlanjutan



Blibli mengadakan Media Gathering bertajuk “Navigating the Omni Future: Building a Future-Ready Ecosystem” (Ki-ka: Rusdy Sumantri, Director, NielsenIQ; David Michum, Head of Value Added Services (VAS) Blibli; Yosua Edward Kanipa Ransoen, E-Commerce Sales Manager, Huawei Indonesia)

Jakarta, 2 Juli 2024 - Pengukuran global dari NielsenIQ (NIQ) menunjukkan bahwa pertumbuhan belanja online mulai stabil di banyak pasar, dengan penjualan online tahun 2023 mencapai Rp347 triliun, tumbuh 37% dari tahun 2022. Meski belanja online terus bertumbuh, survei dari NIQ¹ menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tetap tidak meninggalkan saluran offline, dimana 71% masyarakat Indonesia menggunakan kedua saluran online dan offline (*omnichannel*) dalam berbelanja pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan berbelanja masyarakat mulai bergeser, mendorong pentingnya kemampuan e-commerce dalam menghadirkan saluran berbelanja yang holistik bagi pelanggan.

Rusdy Sumantri, Direktur NielsenIQ (NIQ), mengatakan, “Kebiasaan berbelanja masyarakat yang memadukan saluran *online* dan *offline* menunjukkan adanya kebutuhan belanja secara *omnichannel* yang

¹ [Nielsen. 2023. Thehe Omni Future of Retail: 2023 Outlook on e-commerce and in-store shopping](#)



tinggi di tengah masyarakat Indonesia. Oleh karenanya, dibutuhkan inovasi yang berkelanjutan untuk hadirkan pengalaman *omnichannel* dengan pilihan produk original yang ditunjang dengan metode pembayaran yang lebih lengkap, mudah dan aman.”

Memahami kebutuhan ini, [PT Global Digital Niaga Tbk \('Blibli' atau 'Perseroan', kode saham BEL: 'BELI'\)](#) sebagai pelopor *omnichannel commerce* dan platform gaya hidup terkemuka di Indonesia, berupaya terus relevan memenuhi kebutuhan belanja pelanggan secara *seamless* sejak berdiri hampir 13 tahun lalu. Melalui strategi *omnichannel*-nya yang inklusif, Blibli berevolusi dari e-commerce menjadi *omnichannel commerce* yang saat ini dilengkapi oleh lebih dari 172 toko fisik dan 63 gerai supermarket premium di seluruh Indonesia.

David Michum, Head of Value Added Service (VAS) Blibli, berujar, “Selama 13 tahun, Blibli secara konsisten menghadirkan layanan belanja yang aman, menguntungkan dan berkelanjutan untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat Indonesia melalui inovasi beragam *value-added services*-nya sebagai *enabler* ekosistem perdagangan *omnichannel* Blibli Tiket. Beberapa solusi bernilai tambah yang ditawarkan Blibli adalah Click&Collect, Blibli In-store dan Trade-In, yang menjawab permasalahan sehari-hari para pelanggan.”

Inovasi Value-Added Services untuk Pengalaman Belanja Omnichannel yang Nyaman

Perjalanan Blibli dimulai pada tahun 2016 lewat peluncuran solusi **Blibli InStore**. Solusi alat bayar yang dapat ditemui di banyak toko fisik ini merupakan jawaban atas kebutuhan pelanggan yang memiliki preferensi belanja *offline* namun dengan alat pembayaran yang lengkap dan promo yang beragam. Setelah bertransaksi, pelanggan dapat langsung membawa pulang barang yang diinginkannya. Berdasarkan laporan tahunan Perseroan, Blibli InStore kini telah terintegrasi dengan lebih dari 8.900 mitra *seller* di lebih dari 14.000 lokasi di seluruh Indonesia. Adapun total transaksinya hingga saat ini disebut meningkat lebih dari 2.2 juta transaksi sejak tahun 2017.

Setelah itu, Blibli menambah dua solusi baru yang semakin diminati saat ini, yakni layanan **Click&Collect** dan program **Trade-In (Tukar Tambah)**. *Click&Collect* menawarkan fleksibilitas untuk pelanggan berbelanja secara daring dan kemudian mengambil barangnya secara luring. Pelanggan yang memiliki preferensi belanja *online* biasanya lebih cermat dalam membandingkan produk, memanfaatkan promo daring dan mencari kemudahan pembayaran namun sekaligus ingin melihat atau memilih langsung produknya secara luring dari toko. Solusi *Click&Collect* saat ini didukung oleh lebih dari 2.500 mitra *seller* di lebih dari 10.100 lokasi di seluruh Indonesia. Dengan total mencapai hampir 1,5 juta transaksi sejak 2018, *Click&Collect* mencatatkan tiga jenis produk terlaris berupa belanja kebutuhan harian di Bliblimart, tablet dan aksesoris *gadget*, serta laptop.

Sementara untuk program **Trade-In (Tukar Tambah)**, Blibli menawarkan pelanggan peluang menukar *gadget* dan produk elektronik rumah tangga lawas dengan produk baru secara lebih menguntungkan dan dijamin 100% orisinal. Antusiasme terhadap program ini cukup besar, yakni lebih dari 23,000 transaksi yang terjadi dari tahun 2019 hingga sekarang. Adapun tiga jenis produk yang paling diincar pelanggan lewat program ini adalah *smartphone*, televisi, dan kulkas. Bagi pelanggan yang punya banyak tumpukan *gadget* dan produk elektronik yang sudah tidak terpakai (*e-waste*), inovasi ini tentu menjadi solusi untuk pelanggan mengingat pengelolaan sampah elektronik ini tidak sembarangan.

Inovasi Blibli dalam penyediaan beragam solusi bernilai tambah sebagai pengampu (*enabler*) dari ekosistem *omnichannel*-nya tak hanya dirasakan benefitnya untuk pelanggan, tapi juga oleh para *seller*.



Salah satu *key brand* yang secara merek dan performanya bertumbuh secara omnichannel adalah Huawei. Seperti yang disampaikan **Yosua Edward Kanipa Ransoen, E-Commerce Sales Manager, Huawei Indonesia**, “Huawei sangat mengapresiasi strategi *omnichannel* yang Blibli hadirkan untuk menunjang pengalaman belanja pelanggan yang lebih *seamless*. Berkat solusi tukar tambah, basis komunitas Huawei juga bertumbuh.”

Selain apa yang telah disebut di atas, Blibli juga memiliki serangkaian solusi bernilai tambah lain yang tidak kalah bermanfaat. Beberapa diantaranya adalah program **Blibli Mitra** untuk pemberdayaan dan peningkatan kualitas toko kelontong tradisional di ekosistem digital, serta **Fulfillment by Blibli (FBB)** dan **Fulfillment at Speed (FAS)** yang memberikan solusi *All in One* untuk berbagai layanan fulfillment dan delivery.

Tentang Perseroan

Berdiri sejak tahun 2010, PT Global Digital Niaga Tbk (“Perseroan”) merupakan pelopor ekosistem perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup terkemuka di Indonesia yang fokus melayani konsumen ritel dan institusi yang terhubung secara digital. Platform perdagangan (*commerce*) yang dimiliki Perseroan – Blibli, mengintegrasikan pengalaman berbelanja dan bertransaksi secara daring melalui layanan *e-commerce* dan secara luring dengan mengoperasikan ratusan toko-toko fisik elektronik konsumen untuk berbagai mitra pemegang merek global terkemuka. Selain itu, Blibli juga berkolaborasi dengan ribuan toko yang mengadopsi solusi *omnichannel* Perseroan, yakni Blibli InStore dan Click & Collect, serta didukung oleh infrastruktur rantai pasok yang kuat, termasuk jaringan pergudangan dan logistik yang dikembangkan secara nasional dengan menyediakan layanan pengiriman pihak pertama (1PL) secara langsung melalui layanan logistik milik Perseroan – BES Paket, dan bekerja sama dengan berbagai mitra logistik pihak ketiga (3PL). Blibli menempati peringkat pertama kategori B2C *Omnichannel 1P consumer electronics* dan *fresh products* menurut Frost & Sullivan, serta memiliki layanan pelanggan 24/7 berkelas dunia.

Pada tahun 2017, Perseroan mengakuisisi PT Global Tiket Network (penyedia platform agen perjalanan daring (OTA) – tiket.com untuk memperluas layanan hingga meliputi perjalanan, akomodasi, dan pengalaman gaya hidup. Selanjutnya pada tahun 2021, ekosistem *omnichannel* Perseroan semakin lengkap dengan penambahan penawaran produk segar dan kebutuhan sehari-hari melalui akuisisi PT Supra Boga Lestari Tbk (“Ranch Market”) - perusahaan pengelola lusinan gerai supermarket premium dengan merek seperti Ranch Market dan Farmers Market.

Perseroan memiliki ekosistem *omnichannel* terpadu yaitu Blibli Tiket, yang menegaskan sinergi antara Blibli, tiket.com dan Ranch Market di dalam suatu ekosistem terintegrasi yang memberikan kemudahan pengalaman berbelanja serta bernilai tambah bagi pelanggan, dengan menyediakan layanan lebih lengkap, bermanfaat juga terintegrasi di setiap titik interaksi konsumen. Selanjutnya pada tahun 2023, ekosistem Blibli Tiket meluncurkan program loyalitas terpadu bernama Blibli Tiket Rewards, yang menawarkan berbagai program loyalitas yang terintegrasi kepada seluruh pelanggan di dalam ekosistem, termasuk platform *e-commerce*, platform OTA, toko fisik elektronik konsumen dan gerai supermarket.

Saham Perseroan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham “BELI”.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Hubungan Masyarakat – PT Global Digital Niaga Tbk

public.relations@gdn-commerce.com

Gedung Sarana Jaya

Jl. Budi Kemuliaan I No.1,

Gambir, Kecamatan Gambir,

Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10110

Indonesia

+62 21 50881370