

PT GLOBAL DIGITAL NIAGA TBK

Kinerja Keuangan Kuartal Kedua Tahun 2024

31 Juli 2024 | Jakarta, Indonesia

PT Global Digital Niaga Tbk ("Perseroan"; BEI: BELI), pelopor ekosistem perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup terkemuka di Indonesia yang berfokus melayani konsumen ritel dan institusi yang terhubung secara digital, hari ini mengumumkan hasil kinerja keuangan periode kuartal kedua tahun 2024.

IKHTISAR UTAMA

- Pendapatan neto konsolidasi sedikit tumbuh sebesar 1% y.o.y pada 1H24. Fokus pertumbuhan Perseroan tetap selektif pada kategori-kategori dengan margin yang relatif lebih tinggi, perputaran yang lebih cepat dan yang dapat meningkatkan posisi strategisnya.
- *Take Rate* terus meningkat dari 4,8% pada 1H23 menjadi 6,5% pada 1H24, menghasilkan pertumbuhan Laba Kotor Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount* ("GPBD")) sebesar 33% y.o.y. Margin Bruto konsolidasi juga terus meningkat dari 15,3% pada 1H23 menjadi 19,7% pada 1H24, meningkat sebesar 440-bps y.o.y, terutamanya dikontribusikan oleh peningkatan Margin Bruto pada hampir seluruh segmen usaha.
- Struktur biaya terus membaik, tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasi terhadap TPV dari 7,9% pada 1H23 menjadi 7,5% pada 1H24, menghasilkan peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV sebesar 140-bps y.o.y, dari -4,3% pada 1H23 menjadi -2,9% pada 1H24.
- Sebagai bukti komitmen Perseroan untuk meningkatkan pengalaman pengguna di seluruh platform, meluncurkan fitur Keanggotaan Terpadu ("*Unified Membership*") yang memberikan manfaat akses tanpa batas dan pengalaman *login* terpadu untuk seluruh pengguna di ekosistem Blibli Tiket.
- Progres pembangunan gudang baru di Marunda hampir selesai pada akhir Juni 2024 dan sesuai dengan target untuk dapat mulai beroperasi pada bulan Oktober tahun ini.
- Menyelesaikan pembelian sekitar 99,83% kepemilikan saham di PT Dekoruma Inovasi Lestari ("Dekoruma") untuk memperluas cakupan kategori produk *home and living* sebagai salah satu sektor kunci lainnya untuk memperkuat strategi *omnichannel* Perseroan.
- Dengan penambahan 13 toko elektronik konsumen sepanjang kuartal kedua tahun 2024, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 185 toko elektronik konsumen, serta 62 gerai supermarket premium dan 30 *home and living experience centers* pada akhir Juni 2024.
- Menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ("RUPST") dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa ("RUPSLB"), dimana seluruh mata acara yang diusulkan telah disetujui.

PENYATAAN MANAJEMEN

Kusumo Martanto – CEO & Co-Founder

"Kami memulai tahun ini dengan melewati periode tantangan ekonomi dan variabilitas permintaan sebelum pemilu, namun dengan gembira dapat saya sampaikan jika Perseroan telah menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan margin yang luar biasa sepanjang paruh pertama tahun ini yang sesuai dengan fokus Perseroan ke arah profitabilitas. Kinerja yang teguh ini menggarisbawahi kekuatan model usaha kami dan landasan kokoh yang telah kami bangun untuk kesuksesan yang berkelanjutan."

Fokus tiada henti kami terhadap kepuasan pelanggan terus menjadi landasan strategi kami, mendorong inovasi dan sinergi di seluruh ekosistem omnichannel kami. Pengenalan fitur Unified Membership kami merupakan bukti komitmen kami untuk meningkatkan pengalaman pengguna di seluruh platform. Selain itu, integrasi kemampuan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) yang mutakhir, seperti LLM dan GenAI, sangat transformatif. Teknologi ini telah meningkatkan rekomendasi produk, kategori, dan promosi kami secara signifikan dengan memanfaatkan perilaku pengguna, kinerja produk, dan karakteristik, sehingga meningkatkan click-through rates kami hingga hampir dua kali lipat."

Strategi omnichannel kami semakin didukung oleh perluasan toko fisik elektronik konsumen secara nasional, melalui kemitraan dengan pemegang merek global terkemuka. Selain itu, akuisisi strategis kami atas Dekoruma menandai langkah maju yang penting dalam memperluas portofolio omnichannel kami ke dalam kategori produk home and living. Inisiatif-inisiatif ini dirancang untuk menciptakan pengalaman omnichannel yang lancar dan berkelanjutan bagi pelanggan kami, menjembatani dunia daring dan luring secara efektif dan tanpa hambatan, sekaligus semakin memperkuat posisi kami sebagai pemimpin omnichannel di Indonesia.

Saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pemegang saham atas dukungannya yang tak tergoyahkan pada RUPS bulan Juni lalu. Keyakinan dan kepercayaan anda terhadap visi kami telah berperan penting dalam perjalanan kami, memotivasi kami untuk tumbuh lebih kuat dan berusaha mencapai tingkat yang lebih tinggi. Kami tetap berkomitmen untuk mendorong nilai jangka panjang dan yakin bahwa inisiatif strategis kami akan terus menghasilkan pertumbuhan dan profitabilitas yang kuat. Terima kasih atas kepercayaan dan dukungan anda yang tiada henti.”

Ronald Winardi – CFO

“Strategi pertumbuhan omnichannel yang selektif, upaya yang ketat untuk meningkatkan laba bruto, dan pengendalian biaya yang disiplin telah efektif dalam meningkatkan kinerja kerugian EBITDA konsolidasi kami sebesar 38% y.o.y pada 2Q24.”

IKHTISAR KINERJA OPERASIONAL

Indikator Segmen Terpilih [Rp miliar, kecuali dinyatakan lain]	2Q24	2Q23	y.o.y (%)	1H24	1H23	y.o.y (%)
Total Processing Value⁽¹⁾						
- Ritel 1P	972	2.098	(54)	2.327	4.497	(48)
- Ritel 3P	13.020	12.490	4	25.683	25.806	0
- Institusi	2.846	3.078	(8)	5.317	4.152	28
- Toko Fisik	1.518	1.202	26	3.001	2.328	29
Jumlah TPV	18.355	18.867	(3)	36.328	36.783	(1)
Pendapatan Neto						
- Ritel 1P	828	1.833	(55)	1.964	3.927	(50)
- Ritel 3P	334	292	14	636	567	12
- Institusi	1.453	760	91	2.643	1.221	116
- Toko Fisik	1.314	1.061	24	2.609	2.061	27
Jumlah Pendapatan Neto	3.929	3.946	0	7.852	7.776	1
Laba Bruto Sebelum Diskon⁽²⁾						
- Ritel 1P	111	118	(6)	261	283	(8)
- Ritel 3P	594	490	21	1.134	957	19
- Institusi	235	60	292	390	84	363
- Toko Fisik	286	233	23	569	448	27
Jumlah GPBD	1.226	901	36	2.354	1.772	33
Take Rate⁽³⁾ (%)	6,7	4,8		6,5	4,8	
Average Order Value⁽⁴⁾ (Rp)	1.630.769	1.545.952	5	1.648.614	1.594.111	3
Transacting Users⁽⁵⁾ (juta pengguna)	2,1	2,0	5	3,1	3,0	3
Jumlah Pelanggan Institusi⁽⁶⁾ (klien)	70.796	99.616	(29)	98.899	112.821	(12)

Sumber: Informasi Perseroan

(1) Total Processing Value (“TPV”) merupakan jumlah nilai produk dan jasa yang dibayar dan dikirim pada periode yang relevan

(2) Laba Bruto Sebelum Diskon (Gross Profit Before Discount (“GPBD”)) merupakan laba bruto yang dihasilkan dari penjualan langsung, setelah ditambah diskon dan subsidi, pada periode yang relevan

(3) Take Rate merupakan GPBD dibagi dengan TPV pada periode yang relevan

(4) Average Order Value (“AOV”) merupakan TPV pada platform Blibli dan tiket.com dibagi dengan jumlah pesanan atas pembelian yang telah dibayar melalui platform-platform ini, masing-masing pada periode yang relevan.

(5) Transacting Users (“YTU”) merupakan jumlah pengguna unik yang menyelesaikan sekurang-kurangnya satu transaksi pada platform Blibli dan/atau tiket.com pada periode yang relevan

(6) Pelanggan Institusi termasuk dari institusi publik maupun swasta

IKHTISAR USAHA

Di bawah ini merupakan ikhtisar dari masing-masing segmen usaha Perseroan pada periode kuartal kedua tahun 2024 (2Q24) dibandingkan dengan periode kuartal kedua tahun 2023 (2Q23), dan periode semester pertama tahun 2024 (1H24) dibandingkan dengan periode semester pertama tahun 2023 (1H23).

Ritel 1P

Segmen Ritel 1P dijalankan Perseroan melalui platform perdagangan B2C daring milik Perseroan untuk berbagai produk dan layanan pihak pertama (1P) dari berbagai kategori.

GPBD segmen ini mengalami sedikit penurunan sebesar 6% y.o.y dari Rp118 miliar pada 2Q23 menjadi Rp111 miliar pada 2Q24, dan sebesar 8% y.o.y dari Rp283 miliar pada 1H23 menjadi Rp261 miliar pada 1H24. Penurunan kinerja GPBD utamanya disebabkan oleh penurunan TPV dan Pendapatan Neto pada segmen ini pada 2Q24 dan 1H24 y.o.y karena Perseroan masih mengoptimalkan bauran TPV sepanjang periode ini. Namun demikian, rasionalisasi tersebut telah meningkatkan *Take Rate* pada segmen ini secara signifikan selama periode tersebut.

Progres pembangunan gudang baru di Marunda hampir selesai pada akhir bulan Juni 2024 dan selaras dengan target untuk dapat mulai beroperasi pada bulan Oktober tahun ini. Gudang Marunda sedang dibangun di atas lahan seluas 100.000m² dan dipersiapkan untuk mendukung komitmen Perseroan dalam mengembangkan *smart logistic* dan *supply chain management*.

Ritel 3P

Segmen Ritel 3P secara umum mencatatkan pendapatan jasa platform Perseroan yang dihasilkan dari penjualan produk dan layanan oleh penjual pihak ketiga (3P) melalui platform perdagangan daring dan platform agen perjalanan daring (*online travel agent* ("OTA")) Perseroan.

GPBD segmen ini tumbuh secara sehat sebesar 21% y.o.y dari Rp490 miliar pada 2Q23 menjadi Rp594 miliar pada 2Q24, dan sebesar 19% dari Rp957 miliar pada 1H23 menjadi Rp1.134 miliar pada 1H24. Peningkatan kinerja GPBD utamanya didorong oleh peningkatan margin dari bisnis B2C yang disebabkan oleh kenaikan *published rate* kepada penjual pihak ketiga sejak awal tahun, serta kontribusi yang lebih tinggi dari permintaan perjalanan yang kuat pada usaha OTA. Pendapatan Neto pada segmen ini secara keseluruhan tumbuh sebesar 14% y.o.y menjadi Rp334 miliar pada 2Q24 dan sebesar 12% y.o.y menjadi Rp636 miliar pada 1H24.

Hingga akhir bulan Juni 2024, platform OTA Perseroan—*tiket.com*, memiliki ragam penawaran pilihan produk yang luas, termasuk 116 mitra maskapai penerbangan yang menjangkau 225 negara, wilayah dan teritori, serta lebih dari 3,6 juta pilihan akomodasi, termasuk 2,2 juta pilihan akomodasi alternatif.

Institusi

Segmen Institusi merupakan usaha Perseroan yang dijalankan melalui platform-platform B2B dan B2G untuk berbagai produk dan layanan pihak pertama (1P) dan pihak ketiga (3P) untuk institusi swasta dan sektor publik di seluruh Indonesia.

GPBD untuk segmen ini terus mencatatkan pertumbuhan signifikan sebesar 292% y.o.y dari Rp60 miliar pada 2Q23 menjadi Rp235 miliar pada 2Q24, dan sebesar 363% y.o.y dari Rp84 miliar pada 1H23 menjadi Rp390 miliar pada 1H24. Sepanjang periode tersebut, segmen ini juga berhasil meningkatkan kualitas klien institusionalnya, tercermin dari belanja per klien institusi yang lebih tinggi sebesar 46% y.o.y menjadi Rp53,8 juta per klien pada 1H24, yang menghasilkan TPV dan Pendapatan Neto yang lebih tinggi selama periode tersebut masing-masing sebesar 28% dan 116% y.o.y.

Hingga akhir bulan Juni 2024, segmen Institusi Perseroan telah berhasil melayani dan memenuhi pesanan untuk lebih dari 98.000 klien institusi. Tingkat monetisasi segmen ini juga membaik, tercermin dari persentase Pendapatan Neto yang lebih tinggi terhadap TPV dari 29% pada 1H23 menjadi 50% pada 1H24, yang menunjukkan semakin tingginya kepercayaan klien-klien institusi terhadap platform Perseroan dalam rangka memenuhi kebutuhan korporasi mereka.

Toko Fisik

Segmen Toko Fisik mencatatkan usaha Perseroan pada toko-toko elektronik konsumen yang bekerja sama dengan berbagai mitra pemegang merek global terkemuka, serta jaringan supermarket premium yang dioperasikan oleh Entitas Anak yang 70,6% sahamnya dimiliki oleh Perseroan, yakni PT Supra Boga Lestari Tbk ("Ranch Market"; BEI: RANC) dan jaringan *home and living experience centers* yang dioperasikan oleh Entitas Anak, PT Dekoruma Inovasi Lestari ("Dekoruma").

GPBD segmen ini bertumbuh pesat sebesar 23% y.o.y dari Rp233 miliar pada 2Q23 menjadi Rp286 miliar pada 2Q24, dan sebesar 27% y.o.y dari Rp448 miliar pada 1H23 menjadi Rp569 miliar pada 1H24. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh peningkatan TPV dan Pendapatan Neto selama periode tersebut karena Perseroan terus menikmati pertumbuhan volume penjualan yang baik untuk *smartphone* dan aksesoris IoT lainnya sejalan dengan perluasan jaringan toko elektronik konsumen yang berkelanjutan secara nasional. Tren positif ini mencerminkan keberhasilan Perseroan dalam meluncurkan strategi *omnichannel* untuk memberikan pengalaman berbelanja pelanggan yang tanpa hambatan, baik daring maupun luring.

Dengan penambahan sejumlah 13 toko elektronik konsumen sepanjang kuartal kedua tahun 2024, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 185 toko elektronik konsumen, yang terdiri dari 98 toko merek-tunggal (termasuk 72 toko Samsung dan 15 toko hello, serta toko-toko dari pemegang merek global terkemuka lainnya), dan 87 toko multi-merek (termasuk 60 toko Blibli Store dan 27 toko Tukar Tambah). Selain itu, Perseroan juga mengelola 62 gerai supermarket premium secara nasional yang dioperasikan oleh Ranch Market serta 30 *home and living experience centers* yang dioperasikan oleh Dekoruma, untuk memperluas titik kontak *omnichannel* konsumen secara nasional.

KINERJA KEUANGAN KONSOLIDASI

Kinerja Keuangan Terpilih [Rp miliar, kecuali dinyatakan lain]	2Q24	2Q23	y.o.y (%)	1H24	1H23	y.o.y (%)
Pendapatan neto	3.929	3.946	(0)	7.852	7.776	1
Laba bruto	803	614	31	1.546	1.191	30
Beban operasional	(1.334)	(1.450)	(8)	(2.712)	(2.908)	(7)
Rugi usaha	(530)	(830)	(36)	(1.155)	(1.708)	(32)
EBITDA⁽¹⁾	(476)	(770)	(38)	(1.048)	(1.587)	(34)
Marjin bruto (%)	20,4	15,5		19,7	15,3	
EBITDA terhadap TPV (%)	(2,6)	(4,1)		(2,9)	(4,3)	

Posisi Keuangan Terpilih [Rp miliar, kecuali dinyatakan lain]	Per 30 Jun 2024	Per 31 Des 2023	y.o.y (%)
Kas dan setara kas	1.585	1.895	(16)
Persediaan, neto	2.287	1.676	36
Investasi ⁽²⁾	1.453	1.487	(2)
Aset tetap, neto	1.650	1.607	3
Jumlah aset	15.405	12.841	20
Utang bank jangka pendek	3.451	1.514	128
Jumlah liabilitas	7.698	4.999	54
Jumlah ekuitas	7.707	7.842	(2)

Kinerja keuangan untuk periode yang berakhir tanggal 30 Juni 2024 dan 2023 serta posisi keuangan tanggal 30 Juni 2024 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia dan tidak diaudit. Posisi keuangan tanggal 31 Desember 2023 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia dan telah diaudit sesuai dengan standar audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia.

(1) Laba Sebelum Bunga, Pajak, Depresiasi dan Amortisasi (Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization ("EBITDA")) merupakan laba sebelum bunga, pajak, depresiasi aset tetap dan amortisasi aset tidak berwujud, dan tidak termasuk item tidak berulang, selama periode yang relevan

(2) Investasi mengacu pada saldo investasi Perseroan dalam bentuk saham, dana, pinjaman konversi, dan entitas

ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN

Di bawah ini merupakan penjelasan singkat atas kinerja keuangan konsolidasi Perseroan pada periode kuartal kedua tahun 2024 (2Q24) dibandingkan dengan periode kuartal kedua tahun 2023 (2Q23) dan periode semester pertama tahun 2024 (1H24) dibandingkan dengan periode semester pertama tahun 2023 (1H23).

Pendapatan & Profitabilitas

Pendapatan Neto konsolidasi mencatat peningkatan sebesar 1% y.o.y dari Rp7.776 miliar pada 1H23 menjadi Rp7.852 miliar pada 1H24, utamanya didorong oleh kinerja yang kuat pada kategori produk elektronik konsumen didukung oleh peningkatan volume penjualan *smartphone*, kenaikan kontribusi dari usaha OTA, serta kontribusi yang lebih tinggi dari segmen Toko Fisik didukung oleh perluasan jaringan toko elektronik konsumen yang berkelanjutan, yang sebagian diimbangi dengan optimalisasi bauran produk lintas kategori pada segmen Ritel 1P. Meskipun Pendapatan Neto konsolidasi mengalami sedikit pertumbuhan selama periode tersebut, Perseroan berhasil terus meningkatkan Marjin Bruto konsolidasinya dari 15,3% pada 1H23 menjadi 19,7% pada 1H24, peningkatan sebesar 440-bps y.o.y, yang sebagian besar dikontribusikan oleh peningkatan Marjin Bruto pada hampir seluruh segmen usaha.

Sepanjang periode ini, Perseroan telah berhasil meningkatkan keunggulan operasionalnya lebih lanjut yang menghasilkan struktur biaya yang lebih baik, tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasi terhadap TPV dari 7,9% pada 1H23 menjadi 7,5% pada 1H24, utamanya didukung oleh lebih rendahnya persentase beban iklan & pemasaran terhadap TPV pada 1H24 y.o.y menjadi 0,9%, dan persentase beban umum dan administrasi terhadap TPV yang stabil pada 1H24 y.o.y sebesar 5,0%, meskipun terdapat tambahan biaya sewa toko dan karyawan akibat dari perluasan toko fisik elektronik konsumen.

Dengan peningkatan Marjin Bruto konsolidasi dan struktur biaya yang lebih baik secara keseluruhan, Perseroan terus memperbaiki kinerja kerugiannya, tercermin dari penurunan persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV dari -4,3% pada 1H23 menjadi -2,9% pada 1H24, meningkat sebesar 140- bps y.o.y.

Arus Kas Operasional yang Berkelanjutan

Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas operasi sebesar Rp2.016 miliar pada 1H24, sedikit membaik dari Rp2.324 miliar pada 1H23. Sementara itu, peningkatan kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi terutama didorong oleh penyelesaian pembelian Dekoruma pada bulan Juni 2024. Peningkatan marjin, penurunan beban operasional, dan manajemen modal kerja yang lebih baik berkontribusi pada arus kas operasional yang berkelanjutan, sehingga menghasilkan posisi kas dan setara kas Perseroan per tanggal 30 Juni 2024 menjadi Rp1.585 miliar.

AKSI KORPORASI

Pada tanggal 13 Juni 2024, Perseroan telah berhasil menyelenggarakan RUPST tahun buku 2023 yang kemudian dilanjutkan dengan RUPSLB di Jakarta.

Dalam RUPST tersebut, para pemegang saham Perseroan menyetujui dan mengesahkan Laporan Direksi atas Laporan Tahunan Perseroan tahun buku 2023, serta agenda lainnya termasuk terkait penetapan gaji dan tunjangan lainnya Direksi serta penetapan honorarium dan/atau tunjangan lain Dewan Komisaris untuk tahun buku 2024, penunjukan Akuntan Publik dan/atau Kantor Akuntan Publik untuk mengaudit laporan keuangan Perseroan yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2024, dan pengangkatan Bapak Suryadi Sasmita sebagai Komisaris Independen yang baru. Perseroan juga menyampaikan laporan mengenai realisasi penggunaan dana hasil penawaran umum saham perdana Perseroan sampai dengan tanggal 31 Desember 2023.

Sementara itu, dalam RUPSLB, pemegang saham independen Perseroan menyetujui rencana Perseroan untuk melakukan peningkatan modal tanpa memberikan hak memesan efek terlebih dahulu ("PMTHMETD") melalui penerbitan saham baru sebanyak-banyaknya 7,63% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan, yang terdiri atas:

- penerbitan saham baru dalam rangka program kepemilikan saham manajemen dan karyawan Perseroan ("Program MESOP") dengan jumlah sebanyak-banyaknya 3,65% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan; dan

- penerbitan saham baru tanpa memberikan hak memesan efek terlebih dahulu selain dalam rangka Program MESOP (“Penambahan Modal Selain Program MESOP”) dengan jumlah sebanyak-banyaknya 3,98% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan.

Pada tanggal 21 Juni 2024, Perseroan juga telah menyelesaikan pembelian 26.167 saham seri C yang mewakili sekitar 99,83% dari seluruh saham yang ditempatkan dan disetor penuh di Dekoruma, sebuah perusahaan ritel dan desain interior *home and living omnichannel* terkemuka di Indonesia. Pasca transaksi ini, bersama dengan Dekoruma, kategori *home and living* akan menjadi pilar tambahan pertumbuhan yang memanfaatkan meningkatnya permintaan akan produk-produk *home and living* yang dirancang dengan baik dan terjangkau untuk segmen menengah.

LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (LST)

Sebagai pelopor ekosistem perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup yang terintegrasi, komitmen Perseroan terhadap keberlanjutan semakin ditingkatkan dengan memperkenalkan “Blibli Tiket Action”, sebuah payung program yang mendukung keberlanjutan di seluruh aspek LST dengan mendorong aksi dan keterlibatan aktif seluruh pemangku kepentingan untuk menciptakan dampak transformatif. dan mewujudkan misi program untuk memberikan dampak nyata melalui praktik-praktik berkelanjutan.

Sepanjang periode 1H24, Blibli Tiket Action telah melaksanakan berbagai inisiatif, termasuk:

- Memelopori pengiriman yang ramah lingkungan, dengan menyediakan opsi pengiriman baru bagi pelanggan yaitu penggunaan kendaraan listrik untuk layanan pengiriman instan Perseroan;
- Bekerja sama dengan EcoTouch, mengelola limbah perusahaan dengan mendaur ulang limbah kain menjadi kain baru yang ramah lingkungan;
- Mendorong upaya perbaikan berkelanjutan (kaizen) untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi;
- Meluncurkan program “CollaborAction” untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman karyawan mengenai keberlanjutan; dan
- Memulai program Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibilities* (“CSR”)) pada bulan Ramadhan lalu agar karyawan dapat berpartisipasi dalam inisiatif berkelanjutan seperti penggalangan dana, donasi produk, dan upaya secara sukarela.

Perseroan juga berhasil mempertahankan sertifikasi ISO/IEC 27001:2013 untuk sistem manajemen keamanan informasi dan telah memperluas sertifikasi ini agar mencakup sistem data B2G dan penjual, sehingga semakin meningkatkan keamanan data.

Selain itu, Perseroan telah dianugerahi Best Execution Winner in the E-Commerce Industry dan Outstanding Achievement in Sustainability and Governance untuk tema Sustainability dalam SPEx2® Award. Penghargaan dan pengakuan ini mencerminkan berbagai aksi yang telah Perseroan lakukan untuk menciptakan dampak yang lebih besar terhadap praktik berkelanjutan.

PROSPEK USAHA

Ke depan, Perseroan siap untuk terus berinovasi dan memanfaatkan potensi sinergi dalam ekosistemnya. Selain itu, Perseroan akan terus menjalankan strategi *omnichannel*, yang mencakup perluasan titik kontak konsumen melalui kemitraan dengan pemegang merek global terkemuka. Tujuannya adalah untuk menawarkan pengalaman dan perjalanan pelanggan yang tanpa hambatan, apa pun platform yang mereka akses dalam ekosistem. Inisiatif strategis ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan usaha dan menjaga arah profitabilitas. Perseroan tetap berkomitmen untuk memanfaatkan berbagai kekuatan yang dimiliki dan menjajaki peluang baru dalam memberikan nilai berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

- Selesai -

Sanggahan

Dokumen ini (“Publikasi”) telah disiapkan oleh PT Global Digital Niaga Tbk. (“Perseroan”) untuk tujuan informasi dan bukan merupakan rekomendasi atau penawaran untuk membeli sekuritas Perseroan apapun. Informasi yang terkandung dalam Publikasi ini belum diverifikasi, disetujui, dan/atau didukung secara independen dan dapat berubah secara material. Informasi dan pendapat dalam Publikasi ini bersifat awal, dapat berubah tanpa pemberitahuan, keakuratannya tidak dijamin, dan mungkin tidak memuat semua informasi material mengenai Perseroan. Tidak satu pun dari Perseroan, manajemen, penasihat, atau afiliasi, pemegang saham, direktur, karyawan, agen, dan/atau penasihatnya masing-masing (bersama-sama, “Grup”) yang bertanggung jawab atau berkewajiban apa pun (karena kelalaian atau sebaliknya) atas keakuratan atau kelengkapan atau kesalahan atau kelalaian apa pun dalam informasi apa pun yang terkandung di sini atau kerugian apa pun yang timbul dari penggunaan informasi apa pun di dalamnya.

Informasi yang terkandung dalam Publikasi ini harus dipertimbangkan dalam konteks keadaan yang berlaku pada saat diterbitkan dan dapat berubah tanpa pemberitahuan dan/atau tidak akan diperbarui untuk mencerminkan perkembangan material yang mungkin terjadi setelah tanggal Publikasi ini. Pernyataan yang terkandung dalam Publikasi ini hanya berlaku pada tanggal dibuat, dan Perseroan secara tegas menyangkal kewajiban atau janji apa pun untuk menambah, mengubah atau menyebarluaskan pembaruan atau revisi apa pun pada pernyataan apa pun yang terkandung di sini untuk mencerminkan perubahan apa pun dalam peristiwa, kondisi dan/atau keadaan yang mendasari pernyataan tersebut. Publikasi ini mungkin tidak mencakup semua dan tidak boleh memuat semua informasi yang mungkin dianggap penting oleh penerima atau pembaca. Dengan menyiapkan Publikasi ini, Grup tidak memiliki kewajiban apa pun untuk memberi penerima atau pembaca akses ke informasi tambahan apa pun atau memperbarui Publikasi ini atau informasi tambahan apa pun atau memperbaiki ketidakakuratan apa pun dalam informasi tersebut yang mungkin terlihat. Grup tidak akan membuat pernyataan dan/atau jaminan tersurat maupun tersirat mengenai keakuratan dan kelengkapan informasi yang terkandung di sini dan tidak satu pun dari mereka akan menerima tanggung jawab atau kewajiban apa pun (termasuk kewajiban pihak ketiga mana pun) atas kehilangan atau kerusakan apa pun, baik yang timbul dari kesalahan atau kelalaian dalam menyusun informasi tersebut atau sebagai akibat dari ketergantungan atau penggunaan informasi tersebut oleh pihak mana pun.

Pernyataan Berwawasan Kedepan

Pernyataan tertentu dalam Publikasi ini merupakan “pernyataan berwawasan ke depan” dan informasi sehubungan dengan kondisi keuangan di masa mendatang, hasil operasi dan rencana dan/atau objek manajemen tertentu dari Perseroan dan Grup. Pernyataan berwawasan ke depan dapat mencakup kata atau frasa seperti Perseroan atau salah satu komponen bisnisnya, atau manajemennya “meyakini”, “mengharapkan”, “mengantisipasi”, “bermaksud”, “merencanakan”, “memperkirakan”, atau kata lain atau frase serapan serupa. Demikian pula, pernyataan yang menggambarkan tujuan, rencana atau sasaran Perseroan baik untuk dirinya sendiri maupun untuk setiap komponen bisnisnya juga merupakan pernyataan berwawasan ke depan. Pernyataan berwawasan ke depan tersebut dibuat berdasarkan ekspektasi atau keyakinan manajemen saat ini serta asumsi yang dibuat oleh, dan informasi yang saat ini tersedia bagi manajemen. Pernyataan berwawasan ke depan tersebut bukanlah jaminan kinerja masa depan dan melibatkan risiko yang diketahui dan tidak diketahui, ketidakpastian, dan faktor lainnya (termasuk risiko dan ketidakpastian dalam laporan keuangan Perseroan dan Analisis & Pembahasan Manajemen yang tersedia di situs web Perusahaan), yang mungkin menyebabkan hasil, kinerja, atau pencapaian aktual menjadi berbeda secara material dari hasil, kinerja, atau pencapaian di masa depan yang dinyatakan atau tersirat oleh pernyataan berwawasan ke depan tersebut. Perseroan menafikan kewajiban apa pun untuk memperbarui atau merevisi pernyataan berwawasan ke depan, baik sebagai hasil dari informasi baru, peristiwa, atau lainnya. Pembaca diperingatkan untuk tidak terlalu bergantung pada pernyataan berwawasan ke depan tersebut.

Pengukuran Keuangan Non-PSAK

Untuk melengkapi laporan keuangan konsolidasi Perseroan, yang disusun dan disajikan sesuai dengan pernyataan standar akuntansi keuangan di Indonesia (“PSAK”), Perseroan menyediakan ukuran keuangan non-PSAK tertentu, termasuk namun tidak terbatas pada, “EBITDA”, “GPBD” dan/atau “Take Rate”, yang harus dipertimbangkan selain hasil yang disusun sesuai dengan PSAK tetapi tidak dalam isolasi atau sebagai pengganti hasil PSAK. Ukuran keuangan non-PSAK tersebut mungkin berbeda dari ukuran serupa yang digunakan oleh perusahaan lain dan disajikan untuk meningkatkan pemahaman keseluruhan penerima atau pembaca tentang kinerja keuangan Perseroan dan tidak boleh dianggap sebagai pengganti, atau lebih unggul dari, informasi keuangan yang disiapkan dan disajikan sesuai dengan PSAK. Selain itu, publikasi ini memuat metrik operasi tertentu termasuk, namun tidak terbatas pada, “TPV”, “YTU”, “AOV” dan/atau “MAU”, yang digunakan oleh Perseroan untuk mengevaluasi bisnisnya. Metrik operasi tersebut mungkin berbeda dari perkiraan yang diterbitkan oleh pihak ketiga atau dari metrik dengan judul serupa yang digunakan oleh perusahaan lain karena perbedaan metodologi dan asumsi.

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. Pada tahun 2024, Perseroan mengakuisisi PT Dekoruma Inovasi Lestari (“Dekoruma”) – sebuah perusahaan pialang ritel furnitur, desain interior, dan properti O2O terkemuka di Indonesia, untuk memperluas cakupan Perseroan pada kategori produk *home and living*..

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:

Sekretaris Perusahaan – PT Global Digital Niaga Tbk
corp.sec@gdn-commerce.com

atau

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