

Siaran Pers

Sinergi #BisaJadiLebih Ekosistem Blibli Tiket, Tawarkan Belanja Omnichannel bagi Masyarakat Sumatera Utara

Jakarta, 5 Agustus 2024 - Menginjak usia ke-13, [PT Global Digital Niaga Tbk \('Blibli'; 'Perseroan'; kode saham BEI: 'BELI'\)](#) semakin memperkuat komitmennya dalam membawa semangat #BisaJadiLebih untuk memenuhi aneka kebutuhan pelanggan di berbagai segmen produk, baik secara *online* maupun *offline*. Kemajuan tersebut ditunjukkan oleh Blibli saat mengunjungi Kota Medan, Sumatera Utara, pada 5 Agustus 2024 untuk menutup agenda kunjungan Perseroan ke empat kota pilihan, guna mensosialisasikan solusi layanan *omnichannel* yang terintegrasi pada ekosistem Blibli Tiket.

Kenal Lebih Dekat Ekosistem Blibli Tiket

Menjadi bagian dari rangkaian kegiatan ulang tahun Blibli (25 Juli) dan tiket.com (12 Agustus), bareng-bareng dengan Ranch Market (19 Oktober), para CEO ekosistem Blibli Tiket memaparkan perjalanan, upaya dan terobosan yang dikemas dalam infografis.



Dalam pemaparannya **Yolanda Nainggolan, Head of Public Relations Blibli**, mengungkapkan, “Sinergi dan inovasi ekosistem Blibli Tiket ibarat tradisi kebersamaan makan-makan saat ulang tahun. Semua menu tersedia lengkap di atas meja. Seperti halnya komitmen kami dalam memperkuat ekosistem *omnichannel* terpadu, yang siap memenuhi hampir 90%¹ potensi pengeluaran kebutuhan masyarakat Indonesia, mulai dari belanja harian, perjalanan, gaya hidup, produk elektronik, otomotif, tagihan bulanan hingga perabot rumah tangga, tanpa hambatan baik *online* maupun *offline*, seketika saat mereka mengakses ekosistem kami.”

¹ Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat.



Lebih lanjut, **Yolanda** menjelaskan enam sinergi dan inovasi terintegrasi pada ekosistem Blibli Tiket. Salah satu inovasi utama adalah opsi pembayaran mudah dan terintegrasi di semua *platform* **Blibli Tiket PayLater** yang diperkenalkan sejak 2020. Saat ini, metode pembayaran tersebut telah menjadi salah satu pilihan utama bagi pelanggan di Blibli, tiket.com dan juga Ranch Market, memungkinkan konsumen untuk membeli kebutuhannya sekarang dan membayar nanti.

Sinergi dan terobosan tidak berhenti disitu, pada tahun 2022 **Single Sign-On** diluncurkan, yang memberikan kemudahan akses antar *platform* menggunakan kredensial login yang sama di semua akun. Penggabungan manfaat pelanggan pun secara bertahap dilakukan melalui **Loyalty Membership Parity** hingga, pada tahun 2023, program loyalitas terpadu, “Satu Poin Untungnya Dimana-mana” **Blibli Tiket Rewards** hadir.



Yolanda Nainggolan, Head of Public Relations Blibli menyampaikan kekuatan ekosistem Blibli Tiket dalam menghadirkan pengalaman belanja omnichannel

Menariknya, pengumpulan poin loyalitas Blibli Tiket Rewards kini bisa dilakukan di toko-toko fisik konsumen termasuk gerai *supermarket* premium Ranch Market dan Farmers Market, serta toko elektronik konsumen, seperti Hello Store (toko ritel Apple resmi/*Apple Authorised Reseller*), Samsung Store, dan Blibli Store (toko *multibrand* elektronik konsumen). Setiap poin yang terkumpul dapat digunakan untuk pembelian selanjutnya di dalam ekosistem Blibli Tiket, baik secara *online* dan *offline*, tanpa hambatan.

Dengan semangat terus berkembang, pada 2024, keanggotaan pelanggan ekosistem Blibli Tiket sepenuhnya terintegrasi menjadi **Unified Membership** dan memberikan nilai tambah juga kejutan seru bagi pelanggan. Sebagai wujud selebrasi, pada 10 Juni-16 Juli, lalu, program *fast-track* diadakan. Lebih dari 145 ribu pelanggan yang baru pertama kali bergabung, sebanyak 2% atau lebih dari 2.000 pelanggan *ter-upgrade* menjadi *tier* Diamond dan merasakan berbagai manfaat mulai dari

free airport lounge, kuota tambahan gratis ongkir 10x, hingga *voucher* ulang tahun senilai 175 ribu.

Aksi nyata untuk masa depan yang berkelanjutan juga tak luput dari perhatian dengan diluncurkannya **Blibli Tiket Action**, program sustainability untuk membantu mewujudkan masa depan berkelanjutan dan bumi yang lebih lestari. Blibli Tiket Action fokus pada enam pilar utama yang menjadi dasar berbagai aksi nyata, diantaranya:

1. Penggunaan sumber daya yang bertanggung jawab: 95% kemasan menggunakan daur ulang dan berbasis kertas.
2. Pengurangan sampah: 59% sampah operasional telah didaur ulang.
3. Pengurangan emisi: Pengurangan 9,3% dari total emisi operasional selama tahun 2023.
4. Pengelolaan data & privasi: Konsisten melakukan perlindungan keamanan data secara komprehensif.
5. Pelatihan & pengembangan: Rata-rata karyawan mendapatkan durasi pelatihan selama 27 jam per tahun 2023.
6. Hubungan komunitas: Jumlah penerima manfaat dari program tanggung jawab sosial ekosistem Blibli Tiket meningkat hingga 150% dibandingkan tahun sebelumnya.

Turut memberdayakan pelanggan, mitra dan karyawan, Blibli Tiket Action juga menggelar acara tahunan **Langkah Membumi Festival** yang menjadi *melting pot* - mempertemukan ratusan *ecopreneur*, pihak swasta/pelaku industri, dan penggiat *sustainability* dalam aksi kolaboratif demi perubahan nyata dalam memerangi krisis iklim untuk menuju ekonomi yang berkelanjutan.

Dihadiri lebih dari 5.000 pengunjung dalam dua hari penyelenggaraan, festival ini sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) 4, 12, 13, dan 17, yang menekankan pada pendidikan berkualitas, konsumsi yang bertanggungjawab, penanggulangan perubahan iklim, dan pentingnya kemitraan untuk mencapai tujuan bersama dalam mewujudkan *sustainable growth* di Indonesia.

Upaya dan Terobosan Ekosistem Blibli Tiket Berpusat kepada Pelanggan



Menjelaskan lebih lanjut mengenai sinergi dan inovasi ekosistem *omnichannel* Blibli Tiket bertujuan ingin memudahkan pelanggan dengan memberikan pengalaman yang superior sekaligus bernilai tambah. Misalnya, ketika mereka perlu berbelanja produk segar berkualitas premium bebas khawatir sepulang bekerja, hanya dengan fitur **Click&Collect**, pelanggan bisa berbelanja secara *online* dan mengambilnya di lokasi terdekat atau toko-toko sesuai pilihan konsumen yang telah mengadopsi fitur Click&Collect.

Tidak hanya itu, sinergi juga memberikan manfaat seperti meningkatkan retensi pelanggan dengan menciptakan *value-oriented benefits* seperti potensi untuk mencapai *tier* keanggotaan yang lebih tinggi dan dapat memotivasi pelanggan untuk terus berbelanja di ekosistem. Termasuk, mendorong *cross-selling* antar *platform* contohnya melalui program loyalitas terpadu, **Blibli Tiket Rewards**, yang terintegrasi bagi seluruh pelanggan di dalam ekosistem, baik secara *online* maupun *offline*.

Lebih dari itu, upaya dan terobosan *omnichannel* terintegrasi ekosistem Blibli Tiket pun konsisten

dikembangkan dengan beroperasinya 185 toko fisik elektronik konsumen, 62 gerai *supermarket* premium, dan 30 Dekoruma Experience Center di seluruh Indonesia, per akhir bulan Juni 2024.

Perjalanan Sinergi dan Inovasi Ekosistem Blibli Tiket Baru Permulaan

Upaya dan terobosan yang kami lakukan ini adalah permulaan dan selaras dengan strategi keseluruhan yakni ekosistem *omnichannel* terpadu juga terintegrasi. Komitmen untuk terus relevan telah membawa kami menjadi pilihan pelanggan dan institusi, terbukti dari basis pelanggan dan institusi yang bertumbuh, serta *cross-selling* antar ketiga platform yang menunjukkan tren positif.



Belanja #BisaJadiLebih nyaman untuk warga Sumatera Utara dengan berbagai opsi kemudahan

Berdasarkan data [Badan Pusat Statistik \(BPS\)](#) tahun 2024, perekonomian Kota Medan mengalami pertumbuhan sebesar 5,04%, dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hingga mencapai Rp303,31 triliun. Komponen tertinggi masyarakat Medan berada pada Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga sebesar 43,67%. Menariknya, Laporan Populix bertajuk "[Indonesia Digital Economic and Financial Outlook 2024](#)" mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan persentase yang kecil antara metode belanja di e-commerce (54%) dengan datang langsung ke toko fisik (42%).

Melihat minat belanja *online* terus meningkat serta masyarakat masih menghargai pengalaman berbelanja langsung di toko fisik, Blibli pun menawarkan serangkaian teknologi, fitur, dan layanan yang menjadi solusi atas naiknya preferensi belanja *omnichannel* di kalangan masyarakat Sumatera Utara. Hingga saat ini, Blibli telah memperkuat ekosistem *omnichannel*-nya di Sumatera Utara melalui lebih dari **380** titik pelayanan fitur Click&Collect, lebih dari **2.600** lokasi Blibli InStore, total **12** jaringan toko fisik untuk kebutuhan elektronik konsumen, baik *multi* maupun *monobrand*, serta *home & living* dari Dekoruma Experience Center.

Adapun warga Sumatera Utara memiliki cerita unik dalam berbelanja pada tiga kategori produk favorit di ekosistem Blibli Tiket, yakni:

- Kategori **Kebutuhan Harian/Bliblimart**: Dalam satu kali transaksi, ada warga Sumatera Utara yang membeli ribuan kotak susu 1lt yang jika dikonsumsi setara dengan bahan bakar untuk ±19,300 km atau perjalanan darat pulang-pergi dari Jakarta ke Sydney, Australia. Selain kebutuhan pokok, pelanggan Blibli juga bisa membeli kebutuhan untuk hewan peliharaan tersayang di Bliblimart, salah satunya adalah Natalo Petshop Medan yang menjual kebutuhan peliharaan kesayangan.
- Kategori **Peralatan Elektronik**: Abang dan Kakak tahu bahwa berbelanja kebutuhan elektronik di Blibli sudah terjamin kualitas dan orisinalitasnya. Terbukti selama 2024, ratusan pendingin ruangan terjual di Blibli yang jika dinyalakan bersamaan akan lebih dingin daripada suhu musim dingin di Antartika!

- Kategori **Otomotif**: Ternyata Abang dan Kakak percaya untuk beli mobil *premium* di Blibli! Bahkan juga ada yang melakukan transaksi mobil ratusan juta rupiah hanya kurang lebih selama 1 jam dari melihat unit sampai *deal* pakai Click & Collect.



(ki-ka): Yolanda Nainggolan, Head of Public Relations Blibli; Stephany Luchiana, Region Head Sumatera Blibli

Stephany Luchiana, Region Head Sumatera Blibli, mengatakan, “Solusi *omnichannel* yang ditawarkan oleh ekosistem Blibli Tiket telah terbukti meningkatkan kenyamanan belanja *online* dan *offline* bagi masyarakat Sumatera Utara. Menariknya, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan harian, masyarakat setempat juga mempercayakan ekosistem Blibli Tiket untuk mendapatkan barang impian mereka lewat belanja aneka barang dengan harga tinggi secara aman, mudah, dan pastinya berkualitas, mulai dari *handphone*, peralatan elektronik, hingga otomotif. Bahkan, tercatat pernah ada pelanggan di Sumatera Utara yang beli mobil seharga hampir Rp1 miliar menggunakan fitur Click & Collect. Ini menandakan kepercayaan pelanggan di Sumatera Utara terhadap ekosistem Blibli Tiket berpotensi terus tumbuh positif.”



Pesatnya pertumbuhan ekosistem Blibli Tiket di Kota Medan dan Sumatra Utara juga tidak terlepas dari dukungan berbagai inovasi penunjang yang membuat belanja aneka kebutuhan [#BisaJadiLebih mudah dan menguntungkan](#), mulai dari jaminan barang 100% orisinal, opsi pengiriman cepat [2 Jam Sampai](#) dengan rekor tercepat hanya 33 menit saja, layanan [Customer Care 24/7](#) dengan sepenuh hati, jaminan pengembalian produk hingga 15 hari, serta didukung fasilitas gudang logistik terdepan.

Selain itu, pilihan metode pembayaran dan *payment flow* pun semakin kaya untuk memaksimalkan pengalaman belanja tanpa hambatan (*seamless*) dan terintegrasi, termasuk metode pembayaran **Kartu Kredit** dan penggunaan **Blibli Tiket Paylater** yang paling difavoritkan oleh para pelanggan Blibli di Sumatera Utara.

Seru *banget* kan kunjungan Blibli ke Kota Medan? Buat anak Medan, warga Sumatera Utara, dan seluruh pelanggan tercinta Blibli se-Indonesia, pastikan selalu belanja aneka kebutuhan harian dan gaya hidup yang berkualitas dan penuh penawaran menguntungkan di ekosistem Blibli Tiket. Informasi selengkapnya, [klik di sini](#), ya!

Tentang PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli)

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, silakan menghubungi:

Hubungan Masyarakat – PT Global Digital Niaga Tbk

public.relations@gdn-commerce.com