

RILIS KINERJA

PT GLOBAL DIGITAL NIAGA TBK

Kinerja Keuangan Kuartal Pertama Tahun 2025

30 April 2025 | 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 pertama tahun 2025.

IKHTISAR UTAMA

- Pendapatan Neto konsolidasi bertumbuh sebesar 20% y.o.y pada periode 1Q25 dengan pertumbuhan dua digit yang sehat di seluruh segmen usaha pada periode ini.
- *Take Rate* meningkat lebih jauh dari 6,3% pada 1Q24 menjadi 9,0% pada 1Q25, didukung peningkatan *Take Rate* di seluruh segmen, utamanya segmen Ritel 1P dan Toko Fisik. Hal ini merupakan hasil dari pertumbuhan Laba Bruto Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount/GPBD*) sebesar 59% y.o.y, termasuk pertumbuhan 207% y.o.y pada segmen Ritel 1P selama periode ini. Sementara itu, Marjin Bruto konsolidasi masih relatif stabil sebesar 18,6% pada 1Q25.
- Struktur biaya yang lebih baik tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasi terhadap TPV dari 7,7% pada 1Q24 menjadi 7,3% pada 1Q25, menghasilkan peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV sebesar 60bps y.o.y, dari -3,2% pada 1Q24 menjadi -2,6% pada 1Q25.
- Melakukan penyesuaian lebih lanjut atas *published rate* kepada penjual pihak ketiga agar selaras dengan pasar sejak bulan Maret tahun ini, yang diharapkan dapat mendorong lebih jauh strategi optimalisasi marjin.
- Menambah sejumlah 11 toko elektronik konsumen baru sepanjang 1Q25, termasuk penambahan toko merek-tunggal hello (Apple), Samsung serta Huawei yang baru saja diluncurkan, serta toko multi-merek Blibli. Per akhir bulan Maret 2025, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 215 toko elektronik konsumen, 60 gerai supermarket premium dan 35 *home and living experience centers*.

PERNYATAAN MANAJEMEN

Kusumo Martanto – CEO & Co-Founder

"Kami memasuki tahun 2025 dengan motivasi kuat untuk melanjutkan tren positif yang telah kami catatkan di sepanjang tahun lalu, yang bertujuan untuk memberikan dampak dan nilai yang berarti untuk menjadi perusahaan yang memberikan solusi bagi seluruh pelanggan kami, baik konsumen, pelaku usaha, maupun mitra merek.

Meskipun terdapat tantangan ekonomi global yang cukup kuat yang memengaruhi iklim usaha domestik selama kuartal pertama tahun 2025, kami berupaya menavigasi diri untuk bertransformasi, beradaptasi, dan tumbuh seiring dengan dinamika pasar, memposisikan diri sebagai ekosistem omnichannel sejati yang hadir di mana saja dan kapan saja untuk memecahkan masalah para pemangku kepentingan kami dengan cara yang paling efisien namun memberikan dampak. Strategi kami tetap konsisten yaitu untuk meningkatkan skala Blibli, tiket.com, Ranch Market, dan Dekoruma sebagai pilar-pilar pertumbuhan yang terpadu.

Setiap dari kami, di seluruh divisi dan tim, sepenuhnya memahami bahwa strategi yang ditetapkan hanya dapat dicapai dengan pola pikir yang terus berkembang, profesionalisme, ketahanan, dan kepercayaan; kami harus memiliki keberanian untuk mengambil tindakan berani dengan risiko yang diperhitungkan dan mengeksekusinya dengan cepat dan penuh tekad. Dengan mengedepankan sikap-sikap ini dan berfokus pada sumber daya yang kami miliki, kami yakin dapat memberikan hasil yang lebih baik lagi di tahun ini."

Ronald Winardi – CFO

"Kami senang dengan pencapaian pertumbuhan pendapatan neto dan laba bruto secara keseluruhan pada 1Q25, meskipun kondisi pasar yang menantang. Segmen Ritel 1P kami memimpin peningkatan pada 1Q25, menghasilkan

pertumbuhan GPBD lebih dari 200% dengan take rate yang jauh lebih tinggi dibandingkan tahun lalu. Kami yakin bahwa peningkatan struktural ini akan terus berlanjut."

IKHTISAR KINERJA OPERASIONAL

Indikator Segmen Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	1Q25	1Q24	y.o.y (%)	FY24
Total Processing Value⁽¹⁾				
- Ritel 1P	1.880	1.355	39	5.301
- Ritel 3P	13.593	12.663	7	54.210
- Institusi	2.769	2.472	12	11.649
- Toko Fisik	1.755	1.483	18	6.250
Jumlah TPV	19.997	17.973	11	77.410
Pendapatan Neto				
- Ritel 1P	1.396	1.136	23	4.269
- Ritel 3P	351	302	16	1.384
- Institusi	1.498	1.191	26	5.671
- Toko Fisik	1.449	1.294	12	5.392
Jumlah Pendapatan Neto	4.694	3.923	20	16.716
Laba Bruto Sebelum Diskon⁽²⁾				
- Ritel 1P	460	150	207	859
- Ritel 3P	701	541	30	2.499
- Institusi	202	155	30	759
- Toko Fisik	428	282	52	1.247
Jumlah GPBD	1.791	1.128	59	5.364
Take Rate⁽³⁾ (%)	9,0	6,3		6,9
Average Order Value⁽⁴⁾ (Rp juta)	1,74	1,67	5	1,70
Transacting Users⁽⁵⁾ (juta pengguna)	2,2	2,0	9	4,6
Jumlah Pelanggan Institusi⁽⁶⁾ ('000 klien)	56,5	59,0	(4)	138,2

Sumber: Informasi Perseroan

(1) Total Processing Value ("TPV") merupakan jumlah nilai produk dan jasa yang dibayar dan dikirim pada periode/tahun 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/tahun yang relevan

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

(6) Pelanggan Institusi termasuk dari institusi publik maupun swasta

IKHTISAR SEGMENT USAHA

Di bawah ini merupakan ikhtisar dari masing-masing segmen usaha Perseroan pada periode kuartal pertama tahun 2025 (1Q25) dibandingkan dengan periode kuartal pertama tahun 2024 (1Q24).

Ritel 1P

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

GPBD segmen ini mencatat pertumbuhan signifikan sebesar 207% y.o.y pada 1Q25 menjadi Rp460 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama berkontribusi oleh strategi Perseroan yang berfokus pada bauran produk dengan margin yang lebih tinggi, termasuk produk *smartphone* serta produk olahraga dan kebugaran. Lebih jauh, Perseroan juga mencatat kontribusi positif dari Dekoruma, yang diakuisisi oleh Perseroan pada bulan Juni tahun 2024. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh sebesar 39% dan 23% y.o.y pada 1Q25, menjadi masing-masing sebesar Rp1.880 miliar dan Rp1.396 miliar.

Dalam rangka mendorong segmen Ritel 1P, Perseroan telah membangun dan mengembangkan jaringan infrastruktur pemenuhan pesanan, logistik, dan pengiriman ke konsumen akhir yang luas, menggunakan model *hub-and-spoke*, didukung oleh 13 gudang dengan jumlah luas gudang mencapai 202.000-meter persegi, serta 23 pusat distribusi (*hubs*), yang memungkinkan Perseroan untuk menawarkan layanan pengiriman 2-jam sampai untuk sekitar 400.000 SKU di 48 kota secara nasional. Gudang baru di Marunda, Jawa Barat, juga telah mulai beroperasi sejak bulan Oktober 2024 dan diharapkan dapat memperkuat kemampuan logistik dan rantai pasok Perseroan, termasuk untuk layanan *Fulfillment at Speed* (FAS) dan *Fulfillment by Blibli* (FBB).

Untuk mendukung kategori *home and living*, Perseroan juga mengelola 35 *home and living experience centers* yang dioperasikan oleh Dekoruma, untuk memperluas jaringan *omnichannel* konsumen dalam kategori ini.

Ritel 3P

Segmen Ritel 3P mencatatkan pendapatan 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*) milik Perseroan.

GPBD segmen ini mencatat pertumbuhan yang sehat sebesar 30% y.o.y pada 1Q25 menjadi Rp701 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh kontribusi yang lebih tinggi dari usaha OTA Perusahaan, yang diuntungkan oleh meningkatnya jumlah tiket pesawat yang dipesan selama periode Ramadhan selama periode ini. Secara keseluruhan TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh sebesar 7% dan 16% y.o.y pada 1Q25, menjadi masing-masing sebesar Rp13.593 miliar dan Rp351 miliar.

Per akhir bulan Maret 2025, platform OTA milik Perseroan – *tiket.com* telah menyediakan ragam produk dan layanan, termasuk tiket penerbangan dari 132 maskapai domestik dan internasional yang melayani lebih dari 221 negara, kawasan, dan teritori, menyediakan lebih dari 3,6 juta pilihan akomodasi, termasuk 2,2 juta pilihan akomodasi alternatif, serta menawarkan lebih dari 77.700 aktivitas di destinasi wisata dan lebih dari 4.100 acara di seluruh dunia.

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 sektor swasta dan sektor publik di seluruh Indonesia.

GPBD segmen ini juga mencatat pertumbuhan yang sehat sebesar 30% y.o.y pada 1Q25 menjadi Rp202 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama dikontribusikan dari volume penjualan kategori produk *smartphone* yang lebih tinggi kepada klien institusi. Selama kuartal pertama tahun 2025, segmen ini berhasil meningkatkan kualitas kliennya lebih jauh, tercermin dari peningkatan belanja per klien institusi sebesar 17% menjadi Rp49,0 juta. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh sebesar 12% dan 26% y.o.y pada 1Q25, menjadi masing-masing sebesar Rp2.769 miliar dan Rp1.498 miliar.

Untuk mendukung segmen Institusi, Perseroan mengoperasikan platform Blibli SIPLah (Sistem Pengadaan Sekolah) sejak tahun 2019, serta platform Blibli for Business sejak tahun 2021. Selain itu, Perseroan telah ditunjuk sebagai salah satu pemasok utama untuk proyek pengadaan nasional melalui platform e-katalog, aplikasi belanja daring yang dikembangkan oleh Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah (LKPP) sejak tahun 2022.

Per akhir bulan Maret 2025, segmen usaha Institusi Perseroan telah melayani lebih dari 56.500 klien institusi, dengan tingkat monetisasi yang terus tumbuh dari 48% pada 1Q24 menjadi 54% pada 1Q25, mencerminkan terus meningkatnya kepercayaan klien korporat terhadap layanan yang diberikan Perseroan.

Toko Fisik

Segmen Toko Fisik mencatatkan usaha Perseroan untuk toko-toko elektronik konsumen, 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).

GPBD segmen ini mencatat pertumbuhan yang kuat sebesar 52% y.o.y pada 1Q25 menjadi Rp428 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi seiring peluncuran produk baru dan perluasan toko fisik elektronik konsumen Perseroan yang berkelanjutan, termasuk penambahan toko merek-tunggal baru untuk merek hello (Apple), Samsung dan Huawei yang baru diluncurkan, serta toko multi-merek Blibli. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh sebesar 18% dan 12% y.o.y pada 1Q25, menjadi masing-masing Rp1.755 miliar dan Rp1.449 miliar.

Dengan penambahan 11 toko elektronik konsumen baru sepanjang kuartal pertama tahun 2025, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 215 toko elektronik konsumen per akhir bulan Maret 2025, yang terdiri dari 117 toko merek-tunggal dan 98 toko multi-merek. Selain itu, Perseroan juga mengelola 60 gerai supermarket premium yang dioperasikan oleh Ranch Market.

KINERJA KEUANGAN KONSOLIDASI

Kinerja Keuangan Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	1Q25	1Q24	y.o.y (%)	FY24
Pendapatan neto	4.694	3.923	20	16.716
Laba bruto	874	743	18	3.299
Beban operasional	(1.459)	(1.378)	6	(5.726)
Rugi usaha	(583)	(625)	(7)	(2.361)
EBITDA⁽¹⁾	(511)	(571)	(11)	(2.113)
Margin bruto (%)	18,6	18,9		19,7
EBITDA terhadap TPV (%)	(2,6)	(3,2)		(2,7)

Posisi Keuangan Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	Per 31 Mar 2025	Per 31 Des 2024	Perubahan (%)
Kas dan setara kas	1.650	2.449	(33)
Persediaan, neto	3.094	1.890	64
Investasi ⁽²⁾	1.328	1.335	(1)
Aset tetap, neto	1.627	1.635	0
Jumlah aset	17.698	16.163	9
Utang bank jangka pendek	3.018	1.557	94
Jumlah liabilitas	8.519	6.348	34
Jumlah ekuitas	9.179	9.815	(6)

Kinerja keuangan untuk periode yang berakhir tanggal 31 Maret 2025 dan 2024 serta posisi keuangan tanggal 31 Maret 2025 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia dan tidak diaudit. Kinerja keuangan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2024 serta posisi keuangan tanggal 31 Desember 2024 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia dan telah diaudit sesuai dengan standar audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia.

(1) 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/tahun yang relevan

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

ANALISIS & PEMBAHASAN MANAJEMEN

Di bawah ini merupakan penjelasan singkat atas kinerja keuangan konsolidasi Perseroan pada periode kuartal pertama tahun 2025 (1Q25) dibandingkan dengan periode kuartal pertama tahun 2024 (1Q24).

Pendapatan & Profitabilitas

Pendapatan Neto konsolidasi mencatat pertumbuhan sebesar 20% y.o.y dari Rp3.923 miliar pada 1Q24 menjadi Rp4.694 miliar pada 1Q25, dengan pertumbuhan yang signifikan pada segmen Ritel 1P serta pertumbuhan dua-digit yang sehat pada segmen-segmen usaha lainnya, terutama didorong oleh kinerja yang kuat dari kategori elektronik konsumen yang didukung oleh volume penjualan yang lebih tinggi untuk kategori produk *smartphone* terutama dengan adanya peluncuran produk-produk baru, kontribusi yang lebih tinggi dari jumlah tiket pesawat yang dipesan pada usaha OTA, serta pertumbuhan usaha *home & living* melalui Dekoruma. Perseroan juga berhasil mencatatkan Margin Bruto konsolidasi yang relatif stabil sebesar 18,6% pada 1Q25.

Sepanjang periode ini, Perseroan berhasil meningkatkan keunggulan operasionalnya lebih lanjut yang menghasilkan struktur biaya yang lebih baik, tercermin dari persentase Beban Operasional konsolidasi terhadap TPV yang lebih rendah pada 1Q25 menjadi 7,3%, terutama didukung oleh persentase beban umum dan administrasi konsolidasi terhadap TPV yang lebih rendah dari 5,1% pada 1Q24 menjadi 4,8% pada 1Q25. Dengan peningkatan profitabilitas dan struktur biaya keseluruhan yang lebih baik, Perseroan terus memperbaiki kinerjanya, tercermin dari peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV dari -3,2% pada 1Q24 menjadi -2,6% pada 1Q25, peningkatan sebesar 60bps y.o.y.

Arus Kas

Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas operasi tercatat sebesar Rp2.095 miliar pada 1Q25, terutama digunakan untuk pembayaran kas kepada pemasok yang sebagian diimbangi oleh penerimaan kas dari pelanggan. Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi tercatat sebesar Rp43 miliar pada 1Q25, terutama digunakan untuk akuisisi aset tetap. Sementara itu, arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas pendanaan tercatat sebesar Rp1.339 miliar pada 1Q25, terutama dikontribusikan oleh penerimaan pinjaman bank jangka pendek. Maka dari itu, posisi Kas dan Setara Kas konsolidasian Perseroan tercatat sebesar Rp1.650 miliar per tanggal 31 Maret 2025 dibandingkan dengan Rp2.449 miliar per tanggal 31 Desember 2024.

LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (LST)

Sebagai pelopor dalam membangun ekosistem perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup yang terintegrasi, Perseroan terus berkomitmen untuk memberikan nilai jangka panjang dengan secara aktif mendorong dampak positif. Hal ini termasuk mengambil berbagai langkah nyata untuk mengelola keberlanjutan lingkungan, memberdayakan karyawan dan masyarakat, serta memperkuat praktik tata kelola perusahaan untuk menegakkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan.

Perseroan terus meningkatkan dampak Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (LST) melalui “Blibli Tiket Action”—sebuah program menyeluruh yang dirancang untuk mengintegrasikan keberlanjutan di seluruh operasi usaha. Berbagai inisiatif utama yang dilaksanakan dalam program ini meliputi:

- Penerapan karton bersertifikasi FSC dalam pemenuhan pesanan untuk mendukung praktik pengadaan yang bertanggung jawab;
- Optimalisasi sistem pengelolaan limbah internal untuk meningkatkan volume bahan yang digunakan kembali dan didaur ulang;
- Pengenalan layanan “*Green Delivery*” yang memanfaatkan kendaraan listrik (*electric vehicle/EV*) untuk mengurangi emisi karbon dan meningkatkan kualitas udara;
- Penerapan program “*Take-Back*” kemasan, yang memberdayakan pelanggan untuk mengembalikan kemasan bekas sekaligus mendukung upaya penanaman pohon;
- Peluncuran fitur “Misi Tanam Pohon”, yang memungkinkan pelanggan untuk menyumbangkan Rp1.000 per transaksi untuk upaya reboisasi, sehingga kontribusi berkelanjutan menjadi lebih mudah diakses;
- Memperluas “Langkah Membumi Festival”, sebuah platform publik yang bertujuan untuk memberikan sesi yang berdampak, inklusif, dan interaktif tentang keberlanjutan, sekaligus mendorong kolaborasi lintas sektor yang bermakna;
- Memperkuat kemampuan karyawan melalui program pelatihan dan pengembangan yang terarah untuk membangun tenaga kerja yang siap menghadapi masa depan dan mendorong kolaborasi lintas fungsi;
- Pelaksanaan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*), mendorong partisipasi karyawan dalam pengumpulan dana dan kegiatan sukarela; dan
- Kemajuan tata kelola perusahaan dengan mengutamakan pengelolaan data yang aman dan andal, mematuhi peraturan dan standar bersertifikat, termasuk ISO 27001:2022 dan ISO 27701:2019, untuk keamanan informasi dan privasi data.

PROSPEK USAHA

Kami mengantisipasi jika kondisi ekonomi dan iklim usaha kemungkinan akan tetap menantang sepanjang tahun. Oleh karena itu, kami akan berupaya keras untuk terus berinovasi dan membuka berbagai potensi sinergi dalam ekosistem untuk mendorong pertumbuhan organik. Fokus disiplin kami pada efisiensi biaya dan strategi

optimalisasi berkelanjutan pada bauran kategori produk selama beberapa tahun terakhir telah menempatkan kami pada posisi yang lebih kuat dan lebih fleksibel, sehingga memungkinkan kami untuk lebih leluasa dalam menyeimbangkan pertumbuhan usaha dan margin yang sehat. Melalui penerapan strategi *omnichannel* yang tepat sebagai solusi, program loyalitas sebagai peningkatan ekosistem, dan kemampuan distribusi kami yang terus berkembang, kami yakin bahwa Perseroan berada pada posisi yang baik untuk memberikan kinerja yang positif dan berkelanjutan sepanjang tahun.

- 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.

Penyataan 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 disajikan 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 pada 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). Selain itu, Blibli juga menghadirkan layanan bernilai tambah lainnya untuk semakin memberikan kenyamanan berbelanja bagi para pelanggan, termasuk layanan *Fulfillment by Blibli* (FBB) dan *Fulfillment at Speed* (FAS).

Pada tahun 2017, Perseroan mengakuisisi PT Global Tiket Network (penyedia platform agen perjalanan daring (*online travel agent*/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 gerai supermarket premium dengan merek seperti Ranch Market dan Farmers Market. Dan pada tahun 2024, Perseroan menyelesaikan akuisisi PT Dekoruma Inovasi Lestari (Dekoruma) – sebuah perusahaan ritel dan desain interior *home and living omnichannel* terkemuka di Indonesia, yang diharapkan akan menjadi kategori pertumbuhan strategis lainnya untuk memperkuat strategi *omnichannel* Perseroan.

Perseroan memiliki ekosistem *omnichannel* terpadu yaitu Blibli Tiket, yang menegaskan sinergi antara Blibli, tiket.com, Ranch Market dan Dekoruma 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. Ekosistem Blibli Tiket memiliki program loyalitas terpadu bernama Blibli Tiket Rewards, yang menawarkan berbagai program loyalitas yang terintegrasi kepada seluruh pelanggan di dalam ekosistem.

Saham Perseroan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham "BELL".

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,
Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10110
Indonesia
+62 21 50881370

Silahkan pindai dibawah ini untuk mengunduh:

Laporan Tahunan



Laporan Keberlanjutan

