

# PT GLOBAL DIGITAL NIAGA TBK

## Kinerja Keuangan Kuartal Ketiga Tahun 2024

**30 Oktober 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 ketiga tahun 2024.

### **IKHTISAR UTAMA**

- Pendapatan neto konsolidasi tumbuh sebesar 16% dan 6% y.o.y pada masing-masing periode 3Q24 dan 9M24, dengan peningkatan signifikan sebesar 43% q.o.q pada segmen Ritel 1P, sementara segmen-segmen lainnya mempertahankan dua digit pertumbuhan yang kuat secara y.o.y.
- *Take Rate* terus meningkat dari 4,8% pada 9M23 menjadi 6,7% pada 9M24 dan mencapai 7,0% pada 3Q24. Hal ini menghasilkan pertumbuhan Laba Kotor Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount* (“GPBD”)) sebesar 43% y.o.y pada periode 9M24. Marjin Bruto konsolidasi juga terus meningkat dari 15,1% pada 9M23 menjadi 19,3% pada 9M24, meningkat sebesar 420-bps y.o.y.
- Struktur biaya yang lebih baik tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasi terhadap TPV dari 8,0% pada 9M23 menjadi 7,4% pada 9M24, menghasilkan peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV sebesar 160-bps y.o.y, dari -4,4 % pada 9M23 menjadi -2,8% pada 9M24.
- Pembangunan gudang baru di Marunda telah rampung pada akhir bulan September 2024 dan telah mulai beroperasi secara bertahap sejak bulan Oktober 2024 untuk memenuhi pesanan pelanggan.
- Berhasil mempertahankan dan bertransisi ke sertifikasi ISO 27001:2022, suatu pencapaian signifikan yang merefleksikan komitmen Perseroan terhadap keamanan informasi.
- Dengan penambahan 7 toko elektronik konsumen sepanjang kuartal ketiga tahun 2024, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 192 toko elektronik konsumen, serta 62 gerai supermarket premium dan 31 *home and living experience centers* pada akhir September 2024.
- Pada bulan Oktober, telah menyelesaikan peningkatan modal sebesar Rp2,25 triliun melalui pelaksanaan Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (“PMTHEMD”) dengan menerbitkan 4.900.240.527 lembar saham baru atau 3,98% dari modal disetor dan ditempatkan oleh Perseroan dengan harga pelaksanaan sebesar Rp460 per lembar saham.

### **PERNYATAAN MANAJEMEN**

#### **Kusumo Martanto – CEO & Co-Founder**

*“Meskipun pertumbuhan melambat dan lemahnya permintaan yang kami alami di awal tahun, kami berhasil mencatatkan pertumbuhan kinerja yang baik selama sembilan bulan terakhir, didukung oleh upaya tiada henti kami dalam melakukan ekspansi marjin, kepemimpinan biaya, dan sinergi omnichannel dalam ekosistem. Hal ini tercermin dari pertumbuhan Laba Bruto konsolidasi kami sebesar 35% y.o.y dan pengurangan kerugian EBITDA konsolidasi kami sebesar 34% y.o.y.*

*Kelanjutan strategi inovasi menjadi kunci dalam perjalanan kami untuk memberikan kenyamanan dan melayani kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, termasuk pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) untuk meningkatkan visibilitas produk kami di pasar, sementara mesin rekomendasi yang lebih baik telah meningkatkan rasio click-through-rate (CTR) kami lebih dari dua kali lipat. Selain itu, program Blibli Affiliate yang kami luncurkan pada bulan Juli untuk meningkatkan jumlah pengguna baru dengan memanfaatkan kumpulan afiliator telah memperoleh daya tarik positif selama beberapa bulan terakhir.*

*Kami juga kembali menggapai tonggak sejarah lainnya dengan berhasil menyelesaikan pembangunan gudang baru kami di Marunda. Dengan penggunaan berbagai teknologi dan sistem otomasi seperti Warehouse*

Management System (WMS), Artificial Intelligence, Pick-to-Light, dan Conveyor System, kami percaya gudang baru ini akan mengoptimalkan keseluruhan operasi dan kemampuan pemenuhan kami di masa mendatang, termasuk untuk layanan Fulfillment at Speed (FAS) dan Fulfilled by Blibli (FBB) kami.

Selain itu, komitmen teguh kami terhadap keamanan informasi dan dedikasi kami untuk menjaga data pelanggan dan informasi sensitif Perseroan telah ditandai dengan pencapaian dalam mempertahankan dan bertransisi dari sertifikasi ISO 27001:2013 ke ISO 27001:2022, sebuah standar yang diakui secara global untuk Sistem Manajemen Keamanan Informasi. Pencapaian luar biasa ini merupakan bukti upaya kolektif kami untuk memastikan Perseroan lebih siap dalam melindungi aset informasi di lingkungan yang terus berubah dengan cepat.

Komitmen berkelanjutan kami dalam mengembangkan jaringan fisik secara nasional juga didukung dengan penambahan 7 toko fisik elektronik konsumen baru tersebar di seluruh Indonesia sepanjang kuartal terakhir. Dengan dukungan puluhan gerai supermarket premium serta home and living experience centers, mengukuhkan kami sebagai ekosistem perdagangan omnichannel dan gaya hidup terkemuka di Indonesia.”

### Ronald Winardi – CFO

“Dengan terbukanya peluang pertumbuhan yang berkelanjutan melalui Take Rate yang lebih tinggi, pertumbuhan Pendapatan Neto konsolidasi kami meningkat pada 3Q24 menjadi +16% y.o.y dari +1% y.o.y pada periode 1H24. Tren segmen Ritel 1P mulai berbalik dengan bertumbuh sebesar +43% q.o.q dengan Take Rate yang jauh lebih tinggi. Sedikit demi sedikit, pondasi kami mulai siap untuk mendukung lebih banyak pertumbuhan.”

## IKHTISAR KINERJA OPERASIONAL

Indikator Segmen Terpilih [Rp miliar, kecuali dinyatakan lain]	3Q24	3Q23	y.o.y (%)	9M24	9M23	y.o.y (%)
Total Processing Value <sup>(1)</sup>						
- Ritel 1P	1.545	1.746	(11)	3.872	6.242	(38)
- Ritel 3P	13.902	12.141	15	39.585	37.948	4
- Institusi	2.892	2.793	4	8.209	6.945	18
- Toko Fisik	1.600	1.165	37	4.601	3.493	32
<b>Jumlah TPV</b>	<b>19.939</b>	<b>17.845</b>	<b>12</b>	<b>56.267</b>	<b>54.628</b>	<b>3</b>
Pendapatan Neto						
- Ritel 1P	1.184	1.503	(21)	3.148	5.429	(42)
- Ritel 3P	323	279	16	959	846	13
- Institusi	1.392	889	57	4.036	2.110	91
- Toko Fisik	1.380	1.016	36	3.989	3.077	30
<b>Jumlah Pendapatan Neto</b>	<b>4.279</b>	<b>3.687</b>	<b>16</b>	<b>12.132</b>	<b>11.462</b>	<b>6</b>
Laba Bruto Sebelum Diskon <sup>(2)</sup>						
- Ritel 1P	288	124	131	549	408	35
- Ritel 3P	639	478	34	1.773	1.435	24
- Institusi	168	33	410	558	117	377
- Toko Fisik	310	227	37	879	674	30
<b>Jumlah GPBD</b>	<b>1.405</b>	<b>862</b>	<b>63</b>	<b>3.759</b>	<b>2.634</b>	<b>43</b>
Take Rate <sup>(3)</sup> (%)	7,0	4,8		6,7	4,8	
Average Order Value <sup>(4)</sup> (Rp)	1.741.331	1.512.589	15	1.677.789	1.566.659	7
Transacting Users <sup>(5)</sup> (juta pengguna)	2,0	2,0	0	3,9	3,9	0
Jumlah Pelanggan Institusi <sup>(6)</sup> (klien)	66.886	82.905	(19)	119.380	137.917	(13)

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 ketiga tahun 2024 (3Q24) dibandingkan dengan periode kuartal ketiga tahun 2023 (3Q23), dan periode sembilan bulan pertama tahun 2024 (9M24) dibandingkan dengan periode sembilan bulan pertama tahun 2023 (9M23).

### **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.

Seiring meningkatnya *Take Rate*, Perseroan semakin optimis terhadap pertumbuhan pada periode 3Q24. Pendapatan Neto pada segmen ini meningkat sebesar 43% *q.o.q* disertai dengan peningkatan margin yang signifikan. GPBD segmen ini tercatat meningkat dengan kuat sebesar 131% *y.o.y* dari Rp124 miliar pada 3Q23 menjadi Rp288 miliar pada 3Q24, dan sebesar 35% *y.o.y* dari Rp408 miliar pada 9M23 menjadi Rp549 miliar pada 9M24.

Pembangunan gudang baru di Marunda telah rampung pada akhir bulan September 2024 dan telah mulai beroperasi secara bertahap pada bulan Oktober 2024 untuk aktivitas *inbound* maupun *outbound* produk-produk dari beberapa merek lokal dan internasional serta memenuhi pesanan pelanggan. Dengan *smart logistic* dan *supply chain management* dan didukung berbagai teknologi dan sistem otomatisasi, gudang Marunda siap meningkatkan kapabilitas logistik dan pemenuhan Perseroan, termasuk untuk layanan *Fulfillment at Speed* ("FAS") dan *Fulfilled by Blibli* ("FBB").

### **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 34% *y.o.y* dari Rp478 miliar pada 3Q23 menjadi Rp639 miliar pada 3Q24, dan sebesar 24% dari Rp1.435 miliar pada 9M23 menjadi Rp1.773 miliar pada 9M24. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh permintaan perjalanan yang kuat pada usaha OTA, terutama dari kategori produk akomodasi yang memberikan margin yang lebih tinggi. Pendapatan Neto pada segmen ini secara keseluruhan tumbuh sebesar 16% *y.o.y* menjadi Rp323 miliar pada 3Q24 dan sebesar 13% *y.o.y* menjadi Rp959 miliar pada 9M24.

Hingga akhir bulan September 2024, platform OTA Perseroan – tiket.com, memiliki ragam penawaran pilihan produk yang luas, termasuk 119 mitra maskapai penerbangan yang menjangkau 225 negara, wilayah dan teritori, lebih dari 3,6 juta pilihan akomodasi, termasuk 2,2 juta pilihan akomodasi alternatif, serta menyediakan tiket untuk lebih dari 77.700 aktivitas dan atraksi dan 4.400 pertunjukan di seluruh Indonesia.

### **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 410% *y.o.y* dari Rp33 miliar pada 3Q23 menjadi Rp168 miliar pada 3Q24, dan sebesar 377% *y.o.y* dari Rp117 miliar pada 9M23 menjadi Rp558 miliar pada 9M24. Peningkatan kinerja GPBD terutama dikonstruksikan dari volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi kepada klien korporat. Sepanjang periode tersebut, segmen ini juga berhasil meningkatkan kualitas klien institusionalnya, tercermin dari belanja per klien institusi yang lebih tinggi sebesar 37% *y.o.y* menjadi Rp68,8 juta per klien pada 9M24. Hal ini menghasilkan TPV dan Pendapatan Neto yang lebih tinggi selama periode tersebut masing-masing sebesar 18% dan 91% *y.o.y*.

Hingga akhir bulan September 2024, segmen Institusi Perseroan telah berhasil melayani dan memenuhi pesanan untuk lebih dari 119.000 klien institusi. Tingkat monetisasi segmen ini juga membaik, tercermin dari persentase Pendapatan Neto yang lebih tinggi terhadap TPV dari 30% pada 9M23 menjadi 49% pada 9M24, 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). Perseroan juga memiliki jaringan *home and living experience centers* yang dioperasikan oleh Entitas Anak, PT Dekoruma Inovasi Lestari (“Dekoruma”) sebagai bagian dari strategi *omnichannel* kategori produk *home & living*.

GPBD segmen ini bertumbuh pesat sebesar 37% y.o.y dari Rp227 miliar pada 3Q23 menjadi Rp310 miliar pada 3Q24, dan sebesar 30% y.o.y dari Rp674 miliar pada 9M23 menjadi Rp879 miliar pada 9M24. 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.

Dengan penambahan sejumlah 7 toko elektronik konsumen sepanjang kuartal ketiga tahun 2024, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 192 toko elektronik konsumen, yang terdiri dari 103 toko merek-tunggal (termasuk 73 toko Samsung dan 17 toko hello (toko pengecer resmi Apple milik Perseroan), serta toko-toko dari pemegang merek global terkemuka lainnya), dan 89 toko multi-merek. Selain itu, Perseroan juga mengelola 62 gerai supermarket premium secara nasional yang dioperasikan oleh Ranch Market serta 31 *home and living experience centers* yang dioperasikan oleh Dekoruma, untuk memperluas titik kontak *omnichannel* konsumen secara nasional.

### KINERJA KEUANGAN KONSOLIDASI

<b>Kinerja Keuangan Terpilih</b> [Rp miliar, kecuali dinyatakan lain]	<b>3Q24</b>	<b>3Q23</b>	<b>y.o.y (%)</b>	<b>9M24</b>	<b>9M23</b>	<b>y.o.y (%)</b>
Pendapatan neto	4.279	3.687	16	12.132	11.462	6
<b>Laba bruto</b>	<b>794</b>	<b>542</b>	<b>46</b>	<b>2.340</b>	<b>1.733</b>	<b>35</b>
Beban operasional	(1.448)	(1.457)	(1)	(4.160)	(4.365)	(5)
Rugi usaha	(586)	(876)	(33)	(1.741)	(2.583)	(33)
<b>EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>(528)</b>	<b>(817)</b>	<b>(35)</b>	<b>(1.576)</b>	<b>(2.403)</b>	<b>(34)</b>
<b>Marjin bruto (%)</b>	<b>18,5</b>	<b>14,7</b>		<b>19,3</b>	<b>15,1</b>	
EBITDA terhadap TPV (%)	(2,6)	(4,6)		(2,8)	(4,4)	

<b>Posisi Keuangan Terpilih</b> [Rp miliar, kecuali dinyatakan lain]	<b>Per 30 Sep 2024</b>	<b>Per 31 Des 2023</b>	<b>y.o.y (%)</b>
Kas dan setara kas	1.487	1.895	(22)
Persediaan, neto	2.339	1.676	40
Investasi <sup>(2)</sup>	1.355	1.487	(9)
Aset tetap, neto	1.632	1.607	2
<b>Jumlah aset</b>	<b>15.362</b>	<b>12.841</b>	<b>20</b>
Utang bank jangka pendek	3.967	1.514	162
<b>Jumlah liabilitas</b>	<b>8.385</b>	<b>4.999</b>	<b>68</b>
<b>Jumlah ekuitas</b>	<b>6.977</b>	<b>7.842</b>	<b>(11)</b>

Kinerja keuangan untuk periode yang berakhir tanggal 30 September 2024 dan 2023 serta posisi keuangan tanggal 30 September 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 ketiga tahun 2024 (3Q24) dibandingkan dengan periode kuartal ketiga tahun 2023 (3Q23) dan periode sembilan bulan pertama tahun 2024 (9M24) dibandingkan dengan periode sembilan bulan pertama tahun 2023 (9M23).

### Pendapatan & Profitabilitas

Pendapatan Neto konsolidasi mencatat peningkatan sebesar 6% y.o.y dari Rp11.462 miliar pada 9M23 menjadi Rp12.132 miliar pada 9M24, dengan pertumbuhan sebesar 16% y.o.y pada periode 3Q24.. Hal ini terutama didorong oleh kinerja yang kuat pada kategori produk elektronik konsumen didukung oleh peningkatan volume penjualan *smartphone*, kenaikan kontribusi dari usaha OTA, serta pertumbuhan usaha *home & living*. Selain itu, Perseroan juga berhasil meningkatkan Marjin Bruto konsolidasinya dari 15,1% pada 9M23 menjadi 19,3% pada 9M24, meningkat sebesar 420-bps y.o.y, yang dikontribusikan oleh peningkatan Marjin Bruto pada seluruh 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 8,0% pada 9M23 menjadi 7,4% pada 9M24, terutama didukung oleh lebih rendahnya persentase beban iklan & pemasaran terhadap TPV pada 9M24 sebesar 0,9%, dan lebih rendahnya persentase beban umum dan administrasi terhadap TPV pada 9M24 sebesar 4,8%. Dengan peningkatan Marjin Bruto konsolidasi dan struktur biaya yang lebih baik secara keseluruhan, Perseroan terus memperbaiki kinerja kerugiannya, tercermin dari lebih baiknya persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV dari -4,4% pada 9M23 menjadi -2,8% pada 9M24, meningkat sebesar 160- bps y.o.y.

### Arus Kas Operasional yang Berkelanjutan

Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas operasi sebesar Rp2.389 miliar pada 9M24, membaik dari Rp2.903 miliar pada 9M23. Sementara itu, peningkatan kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi terutama didorong oleh penyelesaian transaksi pembelian Dekoruma pada kuartal kedua tahun 2024. Peningkatan marjin bersamaan dengan penurunan beban operasional berkontribusi pada arus kas operasional yang berkelanjutan, sehingga menghasilkan posisi kas dan setara kas Perseroan per tanggal 30 September 2024 menjadi Rp1.487 miliar.

## **AKSI KORPORASI**

Berdasarkan Keterbukaan Informasi yang disampaikan Perseroan pada tanggal 24 Oktober 2024, Perseroan telah berhasil melaksanakan Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (“PMTMETD”) dengan menerbitkan sebanyak 4.900.240.527 saham baru yang mewakili 3,98% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan dengan harga pelaksanaan sebesar Rp460 per lembar saham. Investor yang membeli saham baru tersebut adalah PT Lingkarmulia Indah (“LMI”) yang merupakan pihak terafiliasi. Setelah dilaksanakannya PMTHMETD, modal ditempatkan dan disetor Perseroan meningkat menjadi Rp32.027.684.285.750.

## **LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (LST)**

Sebagai pelopor ekosistem perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup yang terintegrasi, Perseroan memperkuat komitmennya terhadap keberlanjutan dengan meluncurkan “Blibli Tiket Action”, sebuah program komprehensif yang memajukan berbagai inisiatif yang berfokus pada LST. Program ini melibatkan seluruh pemangku kepentingan untuk mendorong perubahan transformatif dan mencapai dampak yang berarti melalui praktik-praktik berkelanjutan yang selaras dengan misi program.

Hingga akhir bulan September 2024, Blibli Tiket Action telah melakukan beberapa inisiatif, antara lain:

- Memperkenalkan program tukar tambah (*trade-in*) untuk perangkat elektronik yang rusak, mendorong pelanggan untuk menerapkan gaya hidup yang lebih sadar lingkungan;
- Menyelenggarakan “Blibli Cup”, sebuah kompetisi olahraga tahunan yang mempertemukan berbagai pemangku kepentingan dari para pelaku teknologi di Indonesia untuk mendorong kolaborasi dan memperkuat ketahanan ekosistem;
- Bekerja sama dengan Ecoxytem dan Modena, berhasil mempertemukan ratusan perusahaan, termasuk asosiasi dan yayasan, untuk *networking session* yang bertujuan untuk memajukan keberlanjutan. Acara ini

menampilkan berbagai diskusi inspiratif yang dirancang untuk mendorong perubahan yang berdampak dan merupakan bagian dari acara menuju Langkah Membumi Festival, yang akan berlangsung pada awal bulan November 2024 di Senayan Park, Jakarta; dan

- Berhasil memperoleh sertifikasi ISO/IEC 27701:2019 untuk Sistem Manajemen Informasi Privasi, sebuah tonggak penting dalam komitmen berkelanjutan Perseroan untuk mempertahankan standar privasi dan perlindungan data tertinggi.

## **PROSPEK USAHA**

Perseroan yakin dengan prospek pertumbuhan struktural Indonesia dengan bertambahnya populasi dan kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan yang mendukung meningkatnya kebutuhan akan jaminan dan layanan bagi konsumen kelas menengah yang cerdas. Dalam jangka menengah, dengan membaiknya kondisi perekonomian secara keseluruhan dan meningkatnya pendapatan konsumen yang dapat dibelanjakan, ditambah dengan nilai tukar yang stabil, inflasi yang terkendali, dan suku bunga yang lebih rendah, Perseroan yakin model usahanya berada pada posisi yang tepat untuk memanfaatkan peluang tersebut dan berupaya menutup tahun 2024 dengan kinerja pertumbuhan yang solid baik dalam aspek usaha maupun keuangan.

- 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 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 “BELL”.

*Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:*

### **Sekretaris Perusahaan – PT Global Digital Niaga Tbk**

[corp.sec@gdn-commerce.com](mailto:corp.sec@gdn-commerce.com)

atau

### **Hubungan Masyarakat – PT Global Digital Niaga Tbk**

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