

Media Info

#NoBlablaDiBlibli: Menjawab Keresahan Pelanggan dengan Kepastian, Bukan Janji

15 Juli 2025 | Jakarta, Indonesia

Dalam lanskap *e-commerce* yang terus berkembang, muncul keresahan yang senyap tapi nyata di mana konsumen mulai lelah dengan janji. Mereka tidak lagi mencari yang paling berlebihan dan sensasional tetapi mereka mencari yang paling bisa diandalkan.

Data pengaduan dari berbagai kanal, termasuk Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada 2024 yang mencatat 144 pengaduan konsumen terhadap *e-commerce*, menunjukkan bahwa tiga keluhan terbesar konsumen tetap sama dari waktu ke waktu: **pengembalian barang yang dipersulit, barang yang tidak sesuai, dan penipuan serta pembobolan**.¹ Tiga hal mendasar yang seharusnya sudah menjadi standar, kini justru kerap terasa seperti layanan tambahan atau malah tak tersedia sama sekali.

Melihat situasi ini, Blibli merasa perlu untuk kembali ke akar. Sejak awal berdiri, Blibli memilih untuk mau repot memastikan hal-hal dasar seperti keaslian produk, kejelasan waktu kirim, proses retur yang sederhana, hingga perlindungan produk yang komprehensif benar-benar terpenuhi. Bukan karena sedang tren, tetapi karena itu memang seharusnya menjadi hal yang diutamakan.

Lisa Widodo, Chief Operations Officer and Co-founder Blibli mengatakan “Blibli memahami bahwa kepastian layanan adalah prioritas utama bagi pelanggan saat ini, bukan sekedar daya tarik promosi. Melalui manifesto [No Blabla di Blibli](#), kami menegaskan kembali komitmen ini yang kini menjadi bagian dari visi, misi, dan nilai inti kami sebagai platform perdagangan dan gaya hidup omnichannel. Bagi kami, kepercayaan terwujud melalui pengalaman nyata yang dirasakan pelanggan, bukan sekedar janji manis.”

No Blabla di Blibli bukan kampanye baru, melainkan penegasan atas *value added* yang sejak awal dipegang Blibli. Filosofi ini diterjemahkan ke dalam empat jaminan utama, yang kini diperkuat agar semakin relevan dengan kebutuhan pelanggan masa kini:

¹ <https://teknologi.bisnis.com/read/20250626/266/1888328/siasat-e-commerce-jaga-kenyamanan-di-tengah-tinggi-keluhan-pelanggan>

1. Pasti ORI



**NO KW
NO MIRROR
NO GRADE ORI
NO BLABLABLA. . .**

ONLY ORI. #NoBlablaDiBlibli

 **blibli**

E-COMMERCE YANG **MAU REPOT**
DAN MASIH **ASLI INDONESIA**

Produk yang Anda beli di Blibli dijamin 100% asli. Semua produk resmi diproduksi dan didistribusikan oleh pemilik brand asli atau reseller resmi (authorized), serta dijual oleh seller terpercaya. Ini memastikan Anda selalu mendapatkan kualitas dan keaslian terbaik. Blibli mengimbau pelanggan yang menerima produk tidak sesuai atau diragukan keasliannya, dapat menyampaikan kepada pelayanan pelanggan 24/7 dan Blibli siap menindaklanjuti secara serius termasuk pengembalian uang penuh serta kompensasi voucher Blibli senilai harga produk (maks. Rp25.000.000). Jaminan ini hadir untuk memberikan rasa aman atas semua produk pesanan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2. Jaminan Tepat Waktu



Blibli memastikan pelanggan akan mendapatkan barang sesuai dengan waktu yang dijanjikan karena kepastian waktu adalah bentuk penghargaan terhadap waktu pelanggan. Jika pengiriman melebihi estimasi waktu, Blibli menjamin pelanggan mendapatkan pengembalian biaya pengiriman hingga Rp100 ribu yang akan diberikan dalam bentuk voucher Blibli.

3. Gratis Perlindungan Hingga 24 Bulan



Tak sedikit konsumen yang membeli *gadget* premium dengan harapan awet, namun mengalami kerusakan ringan setelah beberapa bulan dan harus merogoh kocek lagi karena garansi terbatas atau berbayar. Blibli menawarkan perlindungan produk yang menyeluruh yang mencakup risiko nyata seperti kerusakan, kecelakaan dan pencurian. Perlindungan lengkap ini bisa didapatkan tanpa biaya tambahan, berlaku mulai dari 6 hingga 24 bulan, yang diperuntukan untuk produk-produk gadget hingga

perlengkapan elektronik. Perlindungan ini akan memberikan ketenangan pikiran bagi pelanggan yang bahkan tidak ditawarkan dari garansi produk. Lewat jaminan ini menegaskan kembali komitmen Blibli bahwa keamanan dan kenyamanan seharusnya tidak menjadi opsi berbayar.

4. Retur Alasan Apa Pun



Sering kali, konsumen merasa tidak nyaman mengembalikan barang hanya karena berubah pikiran padahal belum dipakai dan masih tersegel. Bahkan ada yang kesulitan retur meskipun barang tiba dalam kondisi rusak. Blibli menyadari bahwa alasan untuk retur tidak selalu bisa dirumuskan dalam kotak-kotak sempit. Maka dibuka ruang untuk retur dengan alasan apa pun, selama syarat dasarnya terpenuhi. Fleksibilitas ini dibuat agar pelanggan tidak merasa bersalah untuk menjaga haknya sendiri tanpa harus menghadapi proses yang kompleks.

Lisa menambahkan dengan adanya No Blabla di Blibli menegaskan tidak ada ruang untuk hal-hal setengah-setengah. Blibli memahami bahwa layanan terbaik tidak selalu datang dari yang paling keras berbicara, tapi dari yang paling serius mendengarkan. “Manifesto ini menjadi pengingat bahwa komitmen terhadap pelanggan tidak perlu dibungkus dengan narasi berlebihan. Yang dibutuhkan hanyalah pengalaman yang bisa dirasakan, bukan sekadar dijanjikan. Dan di Blibli, kami akan terus memilih untuk mendengar, terus mau repot, sehingga pelanggan selalu merasakan No Blabla di Blibli,” tutupnya.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang manifesto **#NoBlabladiBlibli** dan bagaimana Blibli menerapkannya dalam setiap aspek layanan, silakan kunjungi www.blibli.com atau ikuti kanal media sosial resmi Blibli.

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). 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 "BELI".

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Hubungan Masyarakat – PT Global Digital Niaga Tbk

public.relations@gdn-commerce.com

Gedung Sarana Jaya

Jl. Budi Kemuliaan I No.1,

Gambir, Kecamatan Gambir,

Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10110

Indonesia

+62 21 50881370

Silahkan pindai dibawah ini untuk mengunduh:

Laporan Tahunan

Laporan Keberlanjutan

