

RILIS KINERJA

PT GLOBAL DIGITAL NIAGA TBK

Kinerja Keuangan Kuartal Kedua Tahun 2025

31 Juli 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 kedua tahun 2025.

IKHTISAR UTAMA

- Pendapatan Neto konsolidasi bertumbuh sebesar 22% y.o.y pada 1H25 dengan pertumbuhan dua digit yang sehat di seluruh segmen usaha pada periode ini.
- *Take Rate* meningkat lebih jauh dari 6,5% pada 1H24 menjadi 8,6% pada 1H25, didukung peningkatan *Take Rate* utamanya pada segmen Ritel 1P dan Toko Fisik. Hal ini merupakan hasil dari pertumbuhan Laba Bruto Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount/GPBD*) sebesar 48% y.o.y, termasuk pertumbuhan 172% y.o.y pada segmen Ritel 1P selama periode ini.
- Struktur biaya yang lebih baik tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasi terhadap TPV dari 7,5% pada 1H24 menjadi 7,2% pada 1H25, menghasilkan peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV sebesar 40bps y.o.y, dari -2,9% pada 1H24 menjadi -2,5% pada 1H25.
- Melakukan penyesuaian atas *published rate* kepada penjual pihak ketiga agar selaras dengan pasar sejak sejak kuartal pertama, yang telah mendorong lebih jauh strategi optimalisasi margin Perseroan.
- Menambah sejumlah 8 toko elektronik konsumen baru sepanjang 2Q25, termasuk penambahan toko merek-tunggal hello (Apple), Samsung serta Huawei, serta toko multi-merek Blibli. Per akhir bulan Juni 2025, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 223 toko elektronik konsumen, 58 gerai supermarket premium dan 36 *home and living experience centers*.
- Melaksanakan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (“RUPST”) dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (“RUPSLB”), di mana seluruh usulan mata acara disetujui.

PERNYATAAN MANAJEMEN

Kusumo Martanto – CEO & Co-Founder

“Sepanjang semester pertama tahun 2025, kami menavigasi situasi konsumen yang lebih berhati-hati akibat dipengaruhi oleh tantangan ekonomi yang semakin meluas. Meskipun belanja diskresioner menurun, kami tetap teguh berkomitmen terhadap disiplin operasional dan eksekusi strategis.

Berpedoman pada rencana strategis jangka panjang, kami secara proaktif menjalankan berbagai inisiatif terarah untuk memperkuat profitabilitas dan membangun momentum yang berkelanjutan. Kami menyempurnakan portofolio produk kami untuk menekankan penawaran bernilai tinggi dan premium, meningkatkan nilai umur pelanggan tanpa mengorbankan disiplin biaya. Pada saat bersamaan, investasi pemasaran kami diseimbangkan kembali menuju saluran yang paling efisien, meningkatkan presisi dalam akuisisi pelanggan dan memaksimalkan imbal hasil atas pengeluaran. Pendekatan ini—yang berakar pada keunggulan *omnichannel* kami dan didukung oleh ekosistem Blibli Tiket—terus membuka sinergi, memungkinkan kami untuk melayani pelanggan dengan lancar di seluruh titik kontak baik digital dan fisik sekaligus menciptakan nilai nyata bagi penjual dan mitra pemegang merek.

Ke depannya, kami akan tetap fokus pada peningkatan berkelanjutan dan inovasi yang disiplin. Kami akan memperdalam kemitraan, menyempurnakan pengalaman layanan, dan memanfaatkan wawasan berbasis data untuk mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Dengan peta jalan strategis yang jelas dan tekad yang teguh, kami yakin akan kemampuan kami untuk memberikan imbal hasil yang berkelanjutan dan memperkuat kepemimpinan pasar kami.

Atas nama seluruh organisasi, saya menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada para pemegang saham atas kepercayaan mereka yang berkelanjutan dan kepada para komisaris yang telah berakhir masa baktinya atas dedikasi mereka. Kami dengan hangat menyambut komisaris yang baru diangkat dan berharap dapat memperoleh manfaat dari arahnya seiring kita mengejar tujuan bersama untuk menciptakan nilai jangka panjang."

Ronald Winardi – CFO

"Pendapatan neto pada kuartal kedua terus menunjukkan pertumbuhan dua digit, di tengah kondisi pasar yang penuh tantangan. Laba bruto sebelum diskon (GPBD) kami juga melanjutkan tren positifnya, dengan segmen Ritel 1P meningkat lebih dari dua kali lipat. Kami yakin momentum yang kuat ini menempatkan kami pada posisi yang baik untuk menghasilkan pertumbuhan berkelanjutan hingga akhir tahun."

IKHTISAR KINERJA OPERASIONAL

Indikator Segmen Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	2Q25	2Q24	y.o.y (%)	1H25	1H24	y.o.y (%)
Total Processing Value ⁽¹⁾						
- Ritel 1P	1.207	972	24	3.087	2.327	33
- Ritel 3P	13.702	13.019	5	27.295	25.682	6
- Institusi	3.225	2.883	12	5.994	5.355	12
- Toko Fisik	2.108	1.518	39	3.863	3.001	29
Jumlah TPV	20.242	18.392	10	40.239	36.365	11
Pendapatan Neto						
- Ritel 1P	942	828	14	2.339	1.963	19
- Ritel 3P	372	334	11	723	636	14
- Institusi	1.889	1.453	30	3.386	2.644	28
- Toko Fisik	1.699	1.314	29	3.148	2.609	21
Jumlah Pendapatan Neto	4.902	3.929	25	9.596	7.852	22
Laba Bruto Sebelum Diskon ⁽²⁾						
- Ritel 1P	250	111	125	709	261	172
- Ritel 3P	715	594	20	1.416	1.134	25
- Institusi	229	235	(3)	432	390	11
- Toko Fisik	488	286	71	916	569	61
Jumlah GPBD	1.682	1.226	37	3.473	2.354	48
Take Rate ⁽³⁾ (%)	8,3	6,7		8,6	6,5	
Average Order Value ⁽⁴⁾ (Rp juta)	1,71	1,63	5	1,73	1,65	5
Transacting Users ⁽⁵⁾ (juta pengguna)	2,2	2,3	(4)	3,5	3,3	5
Jumlah Pelanggan Institusi ⁽⁶⁾ ('000 klien)	66,4	71,2	(7)	92,1	99,3	(7)

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 daring 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-platform di dalam ekosistem pada periode 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 kedua tahun 2025 (2Q25) dibandingkan dengan periode kuartal kedua tahun 2024 (2Q24), serta periode semester pertama tahun 2025 (1H25) dibandingkan dengan periode semester pertama tahun 2024 (1H24).

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 125% y.o.y pada 2Q25 menjadi Rp250 miliar, dan sebesar 172% y.o.y pada 1H25 menjadi Rp709 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama dikontribusikan oleh prioritas strategis Perseroan pada berbagai kategori produk dengan margin yang lebih tinggi, termasuk peluncuran produk baru dalam kategori *smartphone* serta kontribusi yang lebih tinggi dalam penawaran *home appliances* dan *sports & wellness*. Selain itu, kontribusi dari Dekoruma, yang diakuisisi oleh Perseroan pada bulan Juni 2024, semakin mendukung kinerja keseluruhan segmen ini. Hasilnya, *Take Rate* segmen Ritel 1P berhasil tercatat sebesar 23,0% selama periode 1H25. Keseluruhan TPV dan Pendapatan Neto segmen ini juga tumbuh masing-masing sebesar 24% dan 14% y.o.y pada 2Q25, dan sebesar 33% dan 19% y.o.y pada 1H25.

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 lebih dari 200.000 meter persegi, serta 19 pusat distribusi (*hubs*), yang memungkinkan Perseroan untuk menawarkan layanan pengiriman 2-jam sampai untuk lebih dari 350.000 SKU di lebih dari 40 kota secara nasional. Lebih jauh, gudang di Marunda, Jawa Barat, yang mulai beroperasi sejak bulan Oktober 2024, 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 36 *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 20% y.o.y pada 2Q25 menjadi Rp715 miliar, dan sebesar 25% y.o.y pada 1H25 menjadi Rp1.416 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh kontribusi yang lebih tinggi dari semua kategori pada usaha OTA Perseroan, termasuk penerbangan, akomodasi, serta pengalaman. Keseluruhan TPV dan Pendapatan Neto segmen ini juga tumbuh masing-masing sebesar 5% dan 11% y.o.y pada 2Q25, dan sebesar 6% dan 14% y.o.y pada 1H25.

Per akhir bulan Juni 2025, platform OTA milik Perseroan – *tiket.com* telah menyediakan ragam produk dan layanan, termasuk tiket penerbangan dari 139 maskapai domestik dan internasional yang melayani lebih dari 220 negara, kawasan, dan teritori, menyediakan lebih dari 3,6 juta pilihan akomodasi, termasuk lebih dari 2,2 juta pilihan akomodasi alternatif, serta menawarkan lebih dari 77.700 aktivitas di destinasi wisata dan lebih dari 4.200 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 stabil sebesar 11% y.o.y pada 1H25 menjadi Rp432 miliar, meskipun mengalami sedikit penurunan pada 2Q25 y.o.y akibat kondisi pasar yang ketat. Peningkatan kinerja GPBD terutama dikontribusikan oleh volume penjualan kategori produk *smartphone* yang lebih tinggi kepada klien institusi. Selama semester pertama tahun 2025, segmen ini berhasil meningkatkan kualitas kliennya lebih jauh, tercermin dari peningkatan belanja per klien institusi sebesar 21% menjadi Rp65,1 juta. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh masing-masing sebesar 12% dan 30% y.o.y pada 2Q25, dan sebesar 12% dan 28% y.o.y pada 1H25.

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 Juni 2025, segmen usaha Institusi Perseroan telah melayani lebih dari 92.000 klien institusi, dengan tingkat monetisasi yang terus tumbuh dari 49% pada 1H24 menjadi 56% pada 1H25, 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"; BEL: RANC).

GPBD segmen ini mencatat pertumbuhan yang solid sebesar 71% y.o.y pada 2Q25 menjadi Rp488 miliar, dan sebesar 61% y.o.y pada 1H25 menjadi Rp916 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi didukung dengan peluncuran produk baru serta perluasan berkelanjutan dari toko fisik elektronik konsumen Perseroan, termasuk penambahan toko merek-tunggal baru untuk merek hello (Apple), Samsung dan Huawei, serta toko multi-merek Blibli. Selain itu, gerai supermarket Perseroan juga mencatat margin yang lebih baik selama periode ini. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh masing-masing sebesar 39% dan 29% y.o.y pada 2Q25, dan sebesar 29% dan 21% y.o.y pada 1H25.

Dengan penambahan 8 toko elektronik konsumen baru sepanjang kuartal kedua tahun 2025, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 223 toko elektronik konsumen per akhir bulan Juni 2025, yang terdiri dari 122 toko merek-tunggal dan 101 toko multi-merek. Selain itu, Perseroan juga mengelola 58 gerai supermarket premium yang dioperasikan oleh Ranch Market.

KINERJA KEUANGAN KONSOLIDASI

Kinerja Keuangan Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	2Q25	2Q24	y.o.y (%)	1H25	1H24	y.o.y (%)
Pendapatan neto	4.902	3.929	25	9.596	7.852	22
Laba bruto	898	803	12	1.773	1.546	15
Beban operasional	(1.450)	(1.334)	9	(2.909)	(2.712)	7
Rugi usaha	(558)	(530)	5	(1.141)	(1.155)	(1)
EBITDA⁽¹⁾	(486)	(476)	2	(997)	(1.048)	(5)
Margin bruto (%)	18,3	20,4		18,5	19,7	
EBITDA terhadap TPV (%)	(2,4)	(2,6)		(2,5)	(2,9)	

Posisi Keuangan Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	Per 30 Jun 2025	Per 31 Des 2024	Perubahan (%)
Kas dan setara kas	1.806	2.449	(26)
Persediaan, neto	2.906	1.890	54
Investasi ⁽²⁾	1.328	1.335	(1)
Aset tetap, neto	1.630	1.635	0
Jumlah aset	17.393	16.163	8
Utang bank jangka pendek	2.662	1.557	71
Jumlah liabilitas	7.682	6.348	21
Jumlah ekuitas	9.712	9.815	(1)

Kinerja keuangan untuk periode yang berakhir tanggal 30 Juni 2025 dan 2024 serta posisi keuangan tanggal 30 Juni 2025 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia dan tidak diaudit. 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 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 kedua tahun 2025 (2Q25) dibandingkan dengan periode kuartal kedua tahun 2024 (2Q24), serta periode semester pertama tahun 2025 (1H25) dibandingkan dengan periode semester pertama tahun 2024 (1H24).

Pendapatan & Profitabilitas

Pendapatan Neto konsolidasi mencatat pertumbuhan sebesar 25% y.o.y dari Rp3.929 miliar pada 2Q24 menjadi Rp4.902 miliar pada 2Q25, dan sebesar 22% y.o.y dari Rp7.852 miliar pada 1H24 menjadi Rp9.596 miliar pada 1H25, didorong oleh peningkatan kinerja di seluruh segmen usaha, terutama di kategori elektronik konsumen, yang diuntungkan oleh volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi, kinerja yang lebih baik di usaha OTA, dan perluasan jaringan toko fisik elektronik konsumen. Namun, sebagai respons terhadap persaingan pasar yang semakin ketat pada semester pertama tahun 2025, Perseroan meningkatkan upaya promosinya—terutama di segmen Ritel 1P, yang mengakibatkan sedikit penurunan Marjin Bruto konsolidasi secara keseluruhan menjadi 18,5% pada 1H25.

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 dari 7,5% pada 1H24 menjadi 7,2% pada 1H25, terutama didukung oleh persentase beban umum dan administrasi konsolidasi terhadap TPV yang lebih rendah dari 5,0% pada 1H24 menjadi 4,8% pada 1H25. Dengan peningkatan profitabilitas dan struktur biaya keseluruhan yang lebih baik, Perseroan terus memperbaiki kinerjanya, tercermin dari peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasi terhadap TPV dari -2,9% pada 1H24 menjadi -2,5% pada 1H25, peningkatan sebesar 40bps y.o.y.

Arus Kas

Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas operasi tercatat sebesar Rp2.557 miliar pada 1H25, terutama digunakan untuk pembayaran kas kepada pemasok dan pembayaran kas atas beban operasional, yang sebagian diimbangi oleh penerimaan kas dari pelanggan. Kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi tercatat sebesar Rp122 miliar pada 1H25, terutama digunakan untuk akuisisi aset tetap. Sementara itu, arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas pendanaan tercatat sebesar Rp2.036 miliar pada 1H25, terutama dikontribusikan oleh penerimaan kas dari pinjaman bank jangka pendek, yang sebagian diimbangi oleh pembayaran kas dari pinjaman bank jangka pendek. Dengan demikian, posisi Kas dan Setara Kas konsolidasi Perseroan tercatat sebesar Rp1.806 miliar per tanggal 30 Juni 2025 dibandingkan dengan Rp2.449 miliar per tanggal 31 Desember 2024.

AKSI KORPORASI

Pada tanggal 11 Juni 2025, Perseroan telah sukses menyelenggarakan RUPST untuk tahun buku 2024, yang kemudian dilanjutkan dengan RUPSLB di Jakarta.

Dalam RUPST, Perseroan memperoleh persetujuan pemegang saham atas beberapa keputusan penting, termasuk persetujuan atas Laporan Direksi dan Laporan Tahunan Perseroan untuk tahun buku yang berakhir tanggal 31 Desember 2024. Sejalan dengan hal tersebut, rapat juga menyetujui remunerasi, honorarium dan/atau tunjangan lainnya bagi Direksi dan Dewan Komisaris untuk tahun buku 2025. Selanjutnya, rapat juga menyetujui penunjukan Akuntan Publik dan/atau Kantor Akuntan Publik untuk mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2025.

Dari sisi tata kelola, para pemegang saham juga menyetujui perubahan susunan Dewan Komisaris Perseroan, dimana Imron Hendrata secara resmi diangkat sebagai Wakil Komisaris Utama yang baru. Selain itu, Perseroan melaporkan realisasi penggunaan dana hasil Penawaran Umum Saham Perdana (*Initial Public Offering/IPO*) per tanggal 31 Desember 2024, yang menegaskan kembali komitmen Perseroan terhadap transparansi dan pengelolaan modal yang bertanggung jawab. Keputusan ini mencerminkan dedikasi Perseroan untuk menjaga tata kelola perusahaan yang kuat, memastikan penciptaan nilai jangka panjang, dan menjaga kepercayaan para pemegang saham.

Sedangkan dalam RUPSLB, Perseroan mendapatkan persetujuan dari para pemegang saham independen untuk rencana Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (PMTHEMD) dalam rangka program kepemilikan saham manajemen dan karyawan (*management and employee stock option plan/MESOP*) dengan jumlah sebanyak-banyaknya 4.000.000.000 saham atau sebesar 2,99% dari modal ditempatkan dan disetor penuh dalam Perseroan.

LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (LST)

Sebagai pelopor dalam perdagangan *omnichannel* dan gaya hidup yang terintegrasi, Perseroan menegaskan kembali komitmennya terhadap penciptaan nilai jangka panjang melalui berbagai praktik berkelanjutan. Melalui program Blibli Tiket Action, Perseroan mewujudkan komitmen ini selama semester pertama tahun 2025 dengan mempromosikan inisiatif LST (Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola) serta mendorong partisipasi aktif para pemangku kepentingan.

Fokus Lingkungan

Perseroan memperkuat dampak terhadap lingkungan melalui keterlibatan pelanggan dan inisiatif yang digerakkan oleh karyawan:

- Program *Take-Back Packaging*: mendorong pelanggan untuk mengembalikan kemasan bekas, berkontribusi pada upaya penanaman pohon;
- *Green Delivery*: mengurangi emisi karbon melalui penggunaan kendaraan listrik;
- Perluasan Tukar Tambah: mencakup produk gaya hidup seperti sepatu, memperpanjang masa pakai produk dan meminimalkan limbah;
- Misi Tanam Pohon: memungkinkan pelanggan untuk berdonasi Rp1.000 per transaksi untuk upaya reboisasi;
- Kompetisi Kaizen: menumbuhkan budaya perbaikan berkelanjutan dan efisiensi operasional; dan
- Program *One Step Further*: mempromosikan fesyen sirkular melalui donasi sepatu bekas yang masih layak pakai yang dipimpin oleh karyawan ke Desa Mendut, Magelang, Jawa Tengah.

Dampak Sosial

Perseroan mendukung anak-anak kurang mampu melalui inisiatif edukatif dan inspiratif:

- Kegiatan Bermain Peran Blizania: memperkenalkan anak-anak dari Yayasan Sanggar Anak Kita (SAKA) ke dunia digital dan *e-commerce* melalui permainan berbasis pembelajaran; dan
- Pemutaran Film – “Jumbo”: berkolaborasi dengan Sandiaga Uno dan YAMSA, pemutaran film ini bertujuan untuk menginspirasi dan membangun kepercayaan diri penonton muda.

Keunggulan Tata Kelola

Perseroan menunjukkan komitmen yang kuat terhadap tata kelola digital yang bertanggung jawab:

- Mempertahankan sertifikasi PCI DSS 4.0 Merchant Level 1: standar tertinggi untuk keamanan data dalam sistem penagihan kartu kredit *e-commerce*, yang menunjukkan komitmen yang kuat terhadap tata kelola digital yang bertanggung jawab.

PROSPEK USAHA

Kami memasuki semester kedua tahun 2025 dengan penuh kejelasan dan keyakinan. Strategi *omnichannel* kami tetap menjadi inti dari ambisi pertumbuhan kami, seiring kami memadukan kemudahan digital dengan keterlibatan luring untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang benar-benar berbeda. Investasi di bidang logistik—terutama gudang Marunda—akan semakin menyederhanakan jaringan pemenuhan pesanan kami, meningkatkan keandalan layanan, dan membuka peluang untuk peningkatan pendapatan. Dengan terus menyempurnakan proposisi nilai dan kapabilitas operasional kami, kami berada di posisi yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang muncul dan memberikan dampak yang konsisten dan 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 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 "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,
Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10110
Indonesia
+62 21 50881370

Silahkan pindai dibawah ini untuk mengunduh:

Laporan Tahunan



Laporan Keberlanjutan

