

Media Info

Momen Harpelnas 2025 Jadi Pengingat, Ekosistem Blibli Tiket Terus Dampingi Pelanggan Dapatkan Rasa Tenang Pasca-Checkout

Survei kumparan Juli-Agustus 2025 ungkap 64% kendala belanja online terjadi setelah transaksi. Di Hari Pelanggan Nasional 2025 bertema ThinkCustomer, ekosistem Blibli Tiket menegaskan komitmen menghadirkan pengalaman belanja yang tenang dan relevan, dari checkout hingga pasca pembelian

Jakarta, 4 September 2025 - Hari Pelanggan Nasional (Harpelnas) 2025 kembali mengingatkan bahwa kepuasan pelanggan adalah inti dari setiap layanan. Tahun ini, Harpelnas mengusung tema "ThinkCustomer" yang mendorong pelaku usaha untuk lebih fokus pada kebutuhan, pengalaman, dan kepuasan pelanggan.



Dalam konteks belanja *online*, kepuasan pelanggan ternyata tidak berhenti di tombol *checkout*. Survei kumparan Juli-Agustus 2025 menemukan **6 dari 10 konsumen** Indonesia pernah mengalami kendala saat berbelanja *online*. Menariknya, 64% di antaranya mengaku kendala terjadi pada fase pasca-pembelian, mulai dari keterlambatan pengiriman, kesulitan melacak pesanan, hingga layanan pelanggan yang kurang responsif. Temuan ini menegaskan bahwa tantangan utama *e-commerce* tidak hanya di transaksi, tetapi justru di tahap setelah pembelian selesai.

Bangun Kepuasan Lewat Ekosistem yang Terintegrasi

Di tengah semakin tingginya ekspektasi dan tantangan konsumen digital, PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) melalui ekosistem *omnichannel* terpadu Blibli Tiket menegaskan sinergi strategis antara Blibli, tiket.com, Ranch Market, dan Dekoruma. Ekosistem ini tidak hanya menghadirkan kemudahan belanja lintas *platform*, tetapi juga memberikan perhatian khusus pada pengalaman pasca-pembelian yang menjadi kunci dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

“Di Hari Pelanggan Nasional ini, kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pelanggan yang telah mempercayakan berbagai kebutuhan kepada kami. Kepercayaan ini adalah energi utama bagi kami untuk terus berinovasi dan menghadirkan layanan yang relevan, lebih dekat dengan kebutuhan pelanggan. Bagi kami di ekosistem Blibli Tiket, kedekatan bukan hanya soal kanal yang terhubung, tetapi juga kepekaan untuk merespon keresahan konsumen, memberi kepastian, dan menghadirkan rasa tenang dalam setiap langkah perjalanan belanja mereka,” ungkap **Nazrya Octora, Head of Public Relations Blibli.**

Meski 82% konsumen proaktif melaporkan kendala yang mereka alami, survei kumparan Juli-Agustus 2025 menunjukkan angka keluhan tetap tinggi. Fakta ini menegaskan bahwa konsumen tidak tinggal diam, namun solusi yang diberikan sering kali belum menuntaskan masalah secara menyeluruh. Celah inilah yang perlu dijawab penyedia layanan, karena kepuasan sejati ditentukan oleh seberapa konsisten brand mampu menghadirkan ketenangan setelah transaksi.

Kesadaran inilah yang sejak awal menjadi pondasi ekosistem Blibli Tiket. Dengan menyentuh berbagai aspek kehidupan, dari belanja harian, perjalanan, *groceries*, hingga hunian, ekosistem Blibli Tiket dirancang bukan sekadar menambah fitur, tetapi menawarkan solusi nyata yang relevan dengan kebutuhan dan keresahan konsumen sehari-hari.

Dari sinilah muncul kebutuhan untuk membangun loyalitas pelanggan, bukan hanya lewat kemudahan transaksi, tetapi lewat kepastian solusi yang benar-benar memberi rasa aman di fase pasca-pembelian.

Loyalitas Terbangun dari Kepastian Pasca Pembelian

blibli
Nggak Nunggu Drama,
Kami Siapin Duluan

Memperluas Jangkauan Omnichannel:

- 223 Toko Fisik Elektronik
- 58 Gerai Supermarket Premium
- 39 Experience Centers
- +7.000 Toko
- +8.000 Toko

Unified Membership Program
Unified Loyalty Points (Blibli Tiket Rewards)

#NoBlablaDiBlibli

Parti ORI, Gratis Pengiriman Langsung, Jaminan Tepat Waktu, Retur Alasan Penuh

ticket.com
Menawarkan *Peace of Mind*
dalam Setiap Perjalanan

- 100% Refund & Reschedule
- Online Check-in
- Perindungan Gangguan Penerbangan
- Layanan Customer Care 24/7: Halo Tiket (Selesai dalam 1 jam)
- Blibli Tiket Rewards Multiple Redemption Benefits

RANCH MARKET
Yang Konsisten, Itu yang Dilirik

- Memanfaatkan sinergi ekosistem Blibli Tiket
- Sistem pemesanan, pengiriman, dan pelacakan yang akurat
- Jangkauan pelanggan omnichannel
- Jaminan tepat waktu untuk produk segar dan berkualitas tinggi

Dekoruma Hadirkan
Kemudahan Mewujudkan Ruang Impian

- One-Stop Solution
- Rasakan langsung produknya di Dekoruma Experience Center
- Didukung teknologi, logistik, dan pembayaran ekosistem Blibli Tiket

Bagi banyak konsumen, fase pasca-pembelian seringkali menjadi titik paling menegangkan dalam pengalaman belanja online. Alih-alih merasa puas, mereka justru kerap berhadapan dengan kekecewaan: barang yang datang tidak sesuai ekspektasi, keterlambatan pengiriman, hingga produk rusak atau cacat. Survei kumparan Juli-Agustus 2025 juga mencatat **91% konsumen pernah menghadapi masalah di fase ini**, dengan rincian **48% menerima produk tidak sesuai**, **41% mengalami keterlambatan**, dan **32% menerima barang rusak**. Angka ini menegaskan bahwa kepastian setelah checkout adalah hal yang paling dicari pelanggan.

Ini yang mendorong Blibli, sebagai *omnichannel commerce*, untuk melindungi konsumen dari risiko pasca-pembelian yang kerap diabaikan. Lewat kampanye **#NoBlablaDiBlibli**, Blibli memastikan pengalaman belanja lebih tenang dengan jaminan produk asli, kepastian pengiriman tepat waktu, perlindungan lengkap, hingga retur dengan alasan apa pun.

Jika dalam pengalaman belanja *online* kepastian produk menjadi keresahan utama, berbeda halnya dengan pengalaman pada sektor perjalanan atau *online travel agent* (OTA). Merencanakan perjalanan idealnya membawa rasa antusias, namun banyak konsumen justru dibayangi ketidakpastian. Survei kumparan Juli-Agustus 2025 mencatat **32% konsumen pernah mengalami perubahan harga saat checkout**, sementara **22% merasa tidak menerima informasi penting terkait perubahan atau pembatalan dari maskapai maupun hotel**. Situasi ini tidak hanya menimbulkan rasa cemas, tetapi juga berpotensi merugikan secara finansial, mulai dari biaya *re-booking* hingga kehilangan hak *refund*.

Untuk menjawab keresahan konsumen, tiket.com menghadirkan solusi transparan dan fleksibel: harga jelas tanpa biaya tersembunyi, kemudahan *refund* dan *reschedule*, serta layanan pelanggan 24/7 melalui HaloTiket yang siap menyelesaikan setiap kendala secara cepat dan tuntas dalam waktu maksimal 1 jam. Ketenangan perjalanan juga dijamin dengan Flight Disruption Protection, yang secara otomatis memberikan kompensasi atas penundaan atau pembatalan tanpa proses klaim yang rumit.

Seperti halnya perjalanan, pengalaman belanja kebutuhan sehari-hari juga membawa tantangan tersendiri. Apa yang seharusnya memberi kemudahan justru bisa berubah menjadi kerumitan. Survei kumparan Juli-Agustus 2025 menemukan **38% mengeluhkan ongkir mahal, 34% mengalami stok kosong tanpa pemberitahuan, dan 26% menerima produk tidak sesuai harapan**, mulai dari buah kurang manis hingga barang mendekati kadaluarsa.

Ranch Market menjawab tantangan ini dengan menjaga mutu melalui pasokan langsung dari toko, standar kualitas yang konsisten, dan jaminan pengiriman tepat waktu, sehingga kebutuhan harian benar-benar sampai di tangan pelanggan dalam kondisi terbaik.

Sementara itu, di kategori Home & Living, tantangan yang dihadapi konsumen berbeda sifatnya. Membeli furnitur bukan hanya soal harga, tetapi juga keputusan jangka panjang yang mempengaruhi kenyamanan hidup. Namun, survei kumparan Juli-Agustus 2025 mencatat **35% konsumen terkendala ongkir mahal, 27% menerima barang lebih lama dari estimasi, dan 24% merasa kesulitan karena tidak dapat melihat atau mencoba produk secara langsung**.

Untuk itu, Dekoruma menghadirkan **39 Experience Centers** yang memungkinkan pelanggan melihat, mencoba, dan berdiskusi sebelum membeli, sekaligus menikmati kemudahan integrasi *online-to-offline*. Dengan cara ini, konsumen bisa lebih yakin memilih furnitur yang sesuai kebutuhan dan gaya hidup mereka.

Hari Pelanggan Nasional 2025 menjadi pengingat bahwa relevansi lahir dari kedekatan dengan pelanggan. “Semangat *ThinkCustomer* yang diusung tahun ini juga sejalan dengan kampanye *#SemakinDekatSemakinRelevan*; yang menegaskan komitmen ekosistem Blibli Tiket untuk terus mendengarkan, memahami kebutuhan nyata konsumen, dan menghadirkan solusi yang dekat dengan keseharian mereka sekaligus memberi kepastian di setiap langkah perjalanan belanja,” tutup **Nazrya Octora**

Tentang PT Global Digital Niaga Tbk

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:
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

