

RILIS KINERJA

PT GLOBAL DIGITAL NIAGA TBK

Kinerja Keuangan Kuartal Ketiga Tahun 2025

30 Oktober 2025 | Jakarta, Indonesia

PT Global Digital Niaga Tbk ("Perseroan"; BEL: 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 2025.

IKHTISAR UTAMA

- Pendapatan Neto konsolidasian bertumbuh sebesar 32% y.o.y pada 3Q25 menjadi Rp5.644 miliar dan sebesar 26% y.o.y pada 9M25 menjadi Rp15.239 miliar, terutama didorong oleh kontribusi yang lebih tinggi di kategori elektronik konsumen, khususnya dengan volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi kepada pelanggan ritel dan klien institusi selama periode ini.
- *Take Rate* meningkat lebih jauh dari 6,7% pada 9M24 menjadi 8,4% pada 9M25, didukung peningkatan *Take Rate* terutamanya pada segmen Ritel 1P dan Toko Fisik. Hal ini merupakan hasil dari pertumbuhan Laba Bruto Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount/GPBD*) sebesar 36% y.o.y, termasuk pertumbuhan 90% y.o.y pada segmen Ritel 1P dan pertumbuhan 50% y.o.y pada segmen Toko Fisik selama periode ini.
- Struktur biaya yang lebih baik tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasian terhadap TPV dari 7,4% pada 9M24 menjadi 7,2% pada 9M25, menghasilkan peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasian terhadap TPV sebesar 40bps y.o.y.
- Perseroan semakin menegaskan komitmennya untuk menghadirkan sinergi *omnichannel* yang terpadu, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memberikan pengalaman berbelanja yang relevan dan bernilai dengan mengintegrasikan Dekoruma ke dalam Program Loyalitas Terpadu (Blibli Tiket Rewards) sejak bulan September 2025.
- Menambah sejumlah 13 toko elektronik konsumen baru sepanjang 3Q25, termasuk penambahan toko merek-tunggal hello (Apple) dan Huawei serta toko multi-merek Blibli. Per akhir bulan September 2025, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 236 toko elektronik konsumen, 58 gerai supermarket premium dan 38 *home and living experience centers*.

PERNYATAAN MANAJEMEN

Kusumo Martanto – CEO & Co-Founder

"Menutup kuartal ketiga tahun 2025, kinerja kami mencerminkan ketahanan dan kegesitan yang berkelanjutan di tengah lanskap konsumen yang dinamis dan lingkungan ekonomi global yang menantang. Komitmen kami yang teguh terhadap keunggulan operasional dan disiplin strategis di seluruh aspek usaha telah memungkinkan kami mempertahankan momentum yang kuat dan secara konsisten memberikan nilai yang bermakna bagi pelanggan dan mitra pemegang merek kami.

Dengan berlandaskan fondasi kokoh yang telah dibangun awal tahun ini, kami semakin memperkuat ekosistem dengan mengintegrasikan Dekoruma ke dalam Program Loyalitas Terpadu kami, yang meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan di seluruh portofolio merek kami yang beragam. Sejalan dengan dedikasi kami terhadap inovasi, kami juga terus memanfaatkan kekuatan kecerdasan buatan di seluruh platform dan operasional kami, yang mendorong peningkatan produktivitas dan efisiensi biaya. Adopsi teknologi yang strategis ini memposisikan kami untuk tetap tangkas dan responsif dalam lanskap pasar yang terus berkembang.

*Kemitraan berkelanjutan kami dengan prinsipal pemegang merek global terkemuka menjadi bukti kepemimpinan pasar dan keunggulan operasional kami. Salah satu tonggak penting adalah penunjukan kami untuk peluncuran seri iPhone 17 terbaru di Indonesia, yang memperkuat status kami sebagai salah satu mitra strategis pilihan tepercaya untuk aktivasi merek premium di pasar Indonesia. Bersamaan dengan itu, ekspansi *omnichannel* kami*

tetap berjalan sesuai rencana, ditandai dengan penambahan toko-toko elektronik konsumen, gerai supermarket premium, serta home and living experience centers kami sepanjang periode ini.

Kami juga dengan bangga mengumumkan bahwa perusahaan kami sekali lagi telah masuk dalam daftar Fortune Indonesia 100, menegaskan kinerja kami yang konsisten dan kontribusi yang berdampak bagi perekonomian nasional. Ke depannya, kami tetap fokus untuk menutup tahun dengan kuat dengan mendorong ekspansi marjin dan kepemimpinan biaya, didukung oleh inovasi berkelanjutan dan peningkatan layanan berkelanjutan di seluruh saluran dan platform kami, sehingga memberikan nilai terbaik bagi para pemangku kepentingan kami.

Ronald Winardi – CFO

"Kami mencatat pertumbuhan pendapatan neto yang pesat dan penurunan kerugian yang berkelanjutan pada kuartal ketiga. Menghadapi pasar yang penuh tantangan dan persaingan yang semakin ketat, kami berupaya mempertahankan disiplin operasional yang kuat dan berharap dapat menutup tahun ini dengan baik."

IKHTISAR KINERJA OPERASIONAL

Indikator Segmen Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	3Q25	3Q24	y.o.y (%)	9M25	9M24	y.o.y (%)
Total Processing Value⁽¹⁾						
- Ritel 1P	1.534	1.550	(1)	4.622	3.877	19
- Ritel 3P	12.868	13.898	(7)	40.163	39.580	1
- Institusi	3.963	2.953	34	9.956	8.308	20
- Toko Fisik	2.009	1.600	26	5.872	4.601	28
Jumlah TPV	20.374	20.001	2	60.613	56.366	8
Pendapatan Neto						
- Ritel 1P	1.147	1.183	(3)	3.485	3.147	11
- Ritel 3P	379	323	17	1.101	959	15
- Institusi	2.438	1.392	75	5.825	4.036	44
- Toko Fisik	1.680	1.381	22	4.828	3.990	21
Jumlah Pendapatan Neto	5.644	4.279	32	15.239	12.132	26
Laba Bruto Sebelum Diskon⁽²⁾						
- Ritel 1P	334	288	16	1.044	549	90
- Ritel 3P	669	639	5	2.085	1.773	18
- Institusi	218	168	30	649	558	16
- Toko Fisik	404	310	30	1.321	879	50
Jumlah GPBD	1.625	1.405	16	5.099	3.759	36
Take Rate⁽³⁾ (%)	8,0	7,0		8,4	6,7	
Average Order Value⁽⁴⁾ (Rp juta)	1,61	1,74	(7)	1,69	1,68	1
Transacting Users⁽⁵⁾ (juta pengguna)	2,3	2,3	1	4,6	4,3	6
Jumlah Pelanggan Institusi⁽⁶⁾ ('000 klien)	56,3	62,0	(9)	107,7	117,8	(9)

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 ketiga tahun 2025 (3Q25) dibandingkan dengan periode kuartal ketiga tahun 2024 (3Q24), serta periode sembilan bulan pertama tahun 2025 (9M25) dibandingkan dengan periode sembilan bulan pertama tahun 2024 (9M24).

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 yang sehat sebesar 16% y.o.y pada 3Q25 menjadi Rp334 miliar, dan sebesar 90% y.o.y pada 9M25 menjadi Rp1.044 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 produk-produk *sports & wellness*. Hasilnya, *Take Rate* segmen ini berhasil tercatat sebesar 22,6% selama periode 9M25. Keseluruhan TPV dan Pendapatan Neto segmen ini juga tumbuh masing-masing sebesar 19% dan 11% y.o.y pada 9M25 menjadi sebesar Rp4.622 miliar dan Rp3.485 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 sekitar 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. Gudang di Marunda, Jawa Barat, telah 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 38 *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 sebesar 5% y.o.y pada 3Q25 menjadi Rp669 miliar, dan sebesar 18% y.o.y pada 9M25 menjadi Rp2.085 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh kontribusi yang lebih tinggi dari kategori akomodasi dan pengalaman pada platform OTA Perseroan, yang keduanya memberikan margin yang lebih tinggi. Keseluruhan TPV dan Pendapatan Neto segmen ini juga tumbuh masing-masing sebesar 1% dan 15% y.o.y pada 9M25, menjadi sebesar Rp40.163 miliar dan Rp1.101 miliar.

Per akhir bulan September 2025, platform OTA milik Perseroan – *tiket.com* telah menyediakan ragam produk dan layanan, termasuk tiket penerbangan dari 143 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 institusional Perseroan yang dijalankan melalui platform-platform daring untuk berbagai produk dan layanan pihak pertama (1P) dan pihak ketiga (3P) yang melayani berbagai klien korporasi di seluruh Indonesia.

GPBD segmen ini mencatat pertumbuhan yang solid sebesar 30% y.o.y pada 3Q25 menjadi Rp218 miliar, dan sebesar 16% y.o.y pada 9M25 menjadi Rp649 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama dikontribusikan oleh volume penjualan produk *smartphone* yang lebih tinggi kepada klien institusi. Selama sembilan bulan pertama tahun 2025, segmen ini berhasil meningkatkan kualitas kliennya lebih jauh, tercermin dari peningkatan belanja per klien institusi sebesar 31% menjadi Rp92,4 juta. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh masing-masing sebesar 20% dan 44% y.o.y pada 9M25, menjadi sebesar Rp9.956 miliar dan Rp5.825 miliar.

Per akhir bulan September 2025, segmen usaha Institusi Perseroan telah melayani lebih dari 107.000 klien institusi, dengan tingkat monetisasi yang terus tumbuh dari 49% pada 9M24 menjadi 59% pada 9M25, 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 30% y.o.y pada 3Q25 menjadi Rp404 miliar, dan sebesar 50% y.o.y pada 9M25 menjadi Rp1.321 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) dan Huawei serta toko multi-merek Blibli. Selain itu, gerai supermarket Perseroan juga mencatat marjin yang lebih baik selama periode ini. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh masing-masing sebesar 28% dan 21% y.o.y pada 9M25, menjadi sebesar Rp5.872 miliar dan Rp4.828 miliar.

Dengan penambahan 13 toko elektronik konsumen baru sepanjang kuartal ketiga tahun 2025, Perseroan telah mengoperasikan sebanyak 236 toko elektronik konsumen per akhir bulan September 2025, yang terdiri dari 127 toko merek-tunggal dan 109 toko multi-merek. Selain itu, Perseroan juga mengelola 58 gerai supermarket premium yang dioperasikan oleh Ranch Market.

KINERJA KEUANGAN KONSOLIDASIAN

Kinerja Keuangan Terpilih <i>(Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)</i>	3Q25	3Q24	y.o.y (%)	9M25	9M24	y.o.y (%)
Pendapatan neto	5.644	4.279	32	15.239	12.132	26
Laba bruto	906	794	14	2.679	2.340	14
Beban operasional	(1.461)	(1.448)	1	(4.369)	(4.160)	5
Rugi usaha	(536)	(586)	(9)	(1.677)	(1.741)	(4)
EBITDA⁽¹⁾	(463)	(528)	(12)	(1.460)	(1.576)	(7)
Marjin bruto (%)	16,1	18,6		17,6	19,3	
EBITDA terhadap TPV (%)	(2,3)	(2,6)		(2,4)	(2,8)	

Posisi Keuangan Terpilih <i>(Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)</i>	Per 30 Sep 2025	Per 31 Des 2024	Perubahan (%)
Kas dan setara kas	1.638	2.449	(33)
Persediaan, neto	2.926	1.890	55
Investasi ⁽²⁾	1.327	1.335	(1)
Aset tetap, neto	1.620	1.635	(1)
Jumlah aset	17.529	16.163	8
Utang bank jangka pendek	2.844	1.557	83
Jumlah liabilitas	8.408	6.348	32
Jumlah ekuitas	9.121	9.815	(7)

Kinerja keuangan untuk periode yang berakhir tanggal 30 September 2025 dan 2024 serta posisi keuangan tanggal 30 September 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 konsolidasian Perseroan pada periode kuartal ketiga tahun 2025 (3Q25) dibandingkan dengan periode kuartal ketiga tahun 2024 (3Q24), serta periode sembilan bulan pertama tahun 2025 (9M25) dibandingkan dengan periode sembilan bulan pertama tahun 2024 (9M24).

Pendapatan & Profitabilitas

Pendapatan Neto konsolidasian mencatat pertumbuhan sebesar 32% y.o.y dari Rp4.279 miliar pada 3Q24 menjadi Rp5.644 miliar pada 3Q25, dan sebesar 26% y.o.y dari Rp12.132 miliar pada 9M24 menjadi Rp15.239 miliar pada 9M25, didorong oleh peningkatan kinerja di seluruh segmen usaha, terutama di kategori elektronik konsumen, yang diuntungkan oleh volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi, kontribusi yang meningkat dari usaha institusi Perseroan, dan perluasan jaringan toko fisik elektronik konsumen. Namun, dengan perubahan bauran produk – utamanya pada segmen Ritel 1P, mengakibatkan sedikit penurunan Marjin Bruto konsolidasian secara keseluruhan menjadi 17,6% pada 9M25.

Sepanjang periode ini, Perseroan berhasil meningkatkan keunggulan operasionalnya lebih lanjut yang menghasilkan struktur biaya yang lebih baik, tercermin dari persentase Beban Operasional konsolidasian terhadap TPV yang lebih rendah dari 7,4% pada 9M24 menjadi 7,2% pada 9M25, terutama didukung oleh persentase beban penjualan lainnya dan beban umum dan administrasi konsolidasian terhadap TPV yang lebih rendah. Secara keseluruhan, Perseroan terus memperbaiki kinerjanya, tercermin dari peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasian terhadap TPV dari -2,8% pada 9M24 menjadi -2,4% pada 9M25, peningkatan sebesar 40bps y.o.y.

Arus Kas

Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas operasi tercatat sebesar Rp2.759 miliar pada 9M25, 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 Rp178 miliar pada 9M25, terutama digunakan untuk akuisisi aset tetap. Sementara itu, arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas pendanaan tercatat sebesar Rp2.126 miliar pada 9M25, 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 konsolidasian Perseroan tercatat sebesar Rp1.638 miliar per tanggal 30 September 2025 dibandingkan dengan Rp2.449 miliar per tanggal 31 Desember 2024.

LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (LST)

Perseroan menegaskan kembali komitmennya terhadap penciptaan nilai jangka panjang akan praktik berkelanjutan melalui program Blibli Tiket Action dengan mengedepankan berbagai 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:

- Keterlibatan Pelanggan
 - 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.
- Partisipasi Internal
 - Kompetisi Kaizen: menumbuhkan budaya perbaikan berkelanjutan dan efisiensi operasional.
 - 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 berbagai inisiatif edukatif dan inspiratif:

- Pemberdayaan Pendidikan: melalui Program BUBBLE berkolaborasi dengan Rumah Belajar, Perseroan menyediakan dukungan pembelajaran untuk anak-anak yang memiliki keterbatasan terhadap akses Pendidikan di Jakarta Barat. Selain itu, kegiatan Bermain Peran (*Roleplay*) Blizania telah memperkenalkan

anak-anak dari Yayasan Sanggar Anak Kita (SAKA) terhadap dunia digital dan e-commerce melalui permainan berbasis pembelajaran.

- Inspirasi dan Pembentukan Karakter: bekerja sama dengan Sandiaga Uno dan YAMSA, pemutaran film "Jumbo" bertujuan untuk menginspirasi dan membangun kepercayaan diri di kalangan penonton muda.

Keunggulan Tata Kelola

Perseroan menunjukkan komitmen yang kuat terhadap praktik-praktik tata kelola perusahaan yang baik:

- Mempertahankan sertifikasi PCI DSS 4.0 Merchant Level 1, menggarisbawahi komitmen Perseroan terhadap keamanan data yang kuat dan tata kelola digital yang bertanggung jawab.
- Diakui oleh SWA sebagai salah satu Juara Perusahaan Paling Terkemuka (*Most Reputable Company Champions*) di Indonesia, mendapatkan gelar *Excellence* atas praktik tata kelola yang kuat dan platform *omnichannel* yang tepercaya.

PROSPEK USAHA

Prioritas strategis Perseroan terus menghasilkan kemajuan nyata dengan integrasi ekosistem *omnichannel* yang telah memperkuat keterlibatan pelanggan di seluruh platform daring dan luring, menghasilkan peningkatan organik dalam jumlah pengguna yang bertransaksi dan retensi pelanggan. Gudang Marunda juga telah mulai menunjukkan potensinya, mengoptimalkan arus barang dan efisiensi pemenuhan pesanan, sekaligus menyediakan skalabilitas yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan di masa mendatang. Sebagai bagian dari dorongan inovasi yang berkelanjutan, Perseroan akan terus memanfaatkan kekuatan kecerdasan buatan untuk memahami pelanggan dengan lebih baik, mempersonalisasi setiap interaksi, dan memberikan inisiatif pemasaran yang lebih terarah dan personal. Di saat yang sama, manajemen biaya secara hati-hati dan alokasi modal yang disiplin akan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan peningkatan nilai.

Ke depannya, Perseroan yakin bahwa momentum yang telah dicapai sejauh ini akan berlanjut hingga akhir tahun. Dengan fondasi yang kokoh, infrastruktur *omnichannel* yang terus diperkuat, dan peta jalan strategis yang jelas, Perseroan berada di posisi yang tepat untuk terus menangkap peluang pasar dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi para pelanggan, mitra, dan pemegang saham.

- 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 konsolidasian 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

