

Media Info

BlibliCare Buktikan Customer Service Bisa Jadi Penggerak Bisnis: Raih Gold Award di Contact Center Asia Pacific Awards 2025



Jakarta, 26 November 2025 – Di era ketika *customer service* sering dipandang sebagai fungsi pendukung, BlibliCare justru membuktikan hal sebaliknya. Melalui pendekatan yang lebih strategis, kolaboratif, dan berorientasi nilai, unit layanan pelanggan Blibli berhasil mengangkat perannya ke tingkat regional dan puncaknya, meraih Gold Award dalam kategori Business Contribution di Contact Center Asia Pacific Awards 2025, yang digelar pada 7 November 2025 di Hong Kong.

Prestasi ini menegaskan bahwa contact center bukan lagi sekadar garda depan untuk menjawab pertanyaan pelanggan, tetapi dapat menjadi pilar penting dalam pertumbuhan bisnis, ketika dikelola dengan visi dan eksekusi yang tepat.

Mengukuhkan BlibliCare sebagai Benchmark Layanan di Asia Pasifik

Partisipasi Blibli dalam ajang ini sudah memasuki tahun keempat dan selama itu Blibli berhasil mengamankan empat kali kemenangan di berbagai kategori. Konsistensi ini menjadi bukti bahwa transformasi layanan pelanggan yang dilakukan Blibli bukan hanya berkelanjutan, tetapi menghasilkan dampak yang terukur.

“Penghargaan ini menjadi dorongan besar bagi kami untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Setiap tahun kami melihat bagaimana standar industri berkembang dan kami ingin memastikan BlibliCare tidak hanya melayani keluhan pelanggan, tetapi juga mampu berkontribusi secara signifikan ke pertumbuhan bisnis. Kami percaya layanan pelanggan yang kuat akan semakin memperkuat posisi Blibli sebagai ekosistem digital yang dapat diandalkan” ujar **Shanty Cantya Mamun, Group Head of BlibliCare Blibli**

Partisipasi Blibli dalam ajang ini setiap tahunnya merupakan langkah strategis untuk memperkuat kehadiran BlibliCare di kancah Asia Pasifik. Tujuannya jelas: menjadikan BlibliCare sebagai tolok ukur layanan pelanggan lintas industri, sekaligus menguji sejauh mana standar layanannya disejajarkan dengan pemain global lainnya. Blibli percaya bahwa layanan pelanggan adalah barometer kualitas pengalaman berbelanja. Karena itu, transformasi contact center bukan hanya penting melainkan krusial.

Kemenangan ini diraih melalui pemaparan kuat mengenai bagaimana BlibliCare mengubah paradigma layanan. Dari yang dulunya berfokus pada penyelesaian tiket, kini contact center berperan mendorong pertumbuhan bisnis.

Salah satu contoh paling nyata adalah BlibliCare, yang menjadi materi presentasi utama dalam kompetisi ini. Program ini menunjukkan bagaimana customer service dapat memegang peran strategis dalam ekosistem kreator mulai dari proses kurasi, pendampingan kreator, hingga menjaga kualitas hubungan agar tetap autentik dan berorientasi hasil.

Dalam dunia yang semakin dipengaruhi rekomendasi kreator dan KOL, pendekatan relasional yang dibangun BlibliCare terbukti mampu menciptakan dampak nyata, baik bagi pengalaman kreator maupun efektivitas kampanye yang berjalan.

Peran aktif BlibliCare dalam mengelola hubungan kreator membuahkan hasil yang signifikan. Berdasarkan data internal kepuasan dan loyalitas kreator meningkat menjadi lebih dari 90%. Selain itu engagement tetap tinggi, dan efektivitas kampanye memperlihatkan rasio konversi yang kuat. Semua ini berkontribusi langsung pada pertumbuhan transaksi serta pengembalian investasi yang solid.

Dengan kata lain, BlibliCare berhasil menegaskan bahwa layanan pelanggan dapat menjadi motor akselerasi bisnis, bukan sekadar pusat resolusi masalah.

Gold Award ini dianugerahkan setelah proses penilaian komprehensif oleh panel juri yang terdiri dari para pemimpin contact center dari berbagai negara Asia Pasifik. Penghargaan ini menjadi validasi independen bahwa strategi layanan Blibli bukan hanya relevan, tetapi juga efektif dan berdampak. Keberhasilan ini menjadi tonggak penting dalam perjalanan Blibli menghadirkan layanan kelas dunia.

Peran BlibliCare kini tidak hanya menjadi representasi komitmen Blibli terhadap pengalaman pelanggan, tetapi juga menjadi bukti bahwa customer service, ketika diberdayakan secara strategis, mampu menciptakan nilai bisnis jangka panjang. Melalui semangat NoBlablaDiBlibli, layanan pelanggan tidak lagi sekadar janji, tetapi dieksekusi dengan ketepatan, empati, dan

solusi yang nyata. Dengan pengakuan sebesar ini, Blibli telah menetapkan satu standar baru bahwa kualitas layanan adalah pondasi pertumbuhan berkelanjutan dalam industri digital.

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



