

Media Info

Ekosistem Blibli Tiket Ajak Refleksikan Pentingnya Kepastian dalam Pengalaman Digital

17 Desember 2025 | Jakarta, Indonesia

Jika menoleh ke belakang, sepanjang 2025 Blibli terus berevolusi bersama tiket.com, Ranch Market, dan Dekoruma dalam satu ekosistem omnichannel terintegrasi. Evolusi ini menjadi komitmen ekosistem Blibli Tiket untuk terus bertumbuh sambil melayani pelanggan dengan lebih baik serta menjawab perubahan perilaku dan ekspektasi konsumen yang semakin matang.

Sebab dalam pengalaman digital hari ini, tantangan terbesar seringkali bukan saat memilih atau membayar. Tantangan justru muncul setelah keputusan dibuat. Ketidakpastian soal produk, perubahan informasi, pengiriman yang tertunda, hingga proses penyelesaian yang berbelit kerap membuat pengalaman digital terasa melelahkan.

Nazrya Octora, Head of PR Blibli, menjelaskan, “Kami melihat bahwa tantangan konsumen hari ini bukan lagi soal banyaknya pilihan, tetapi soal apa yang terjadi setelah transaksi selesai. Konsumen membutuhkan kepastian, kejelasan, dan rasa aman sepanjang proses. Bagi kami, pengalaman digital yang baik bukan hanya soal kecepatan, tetapi tentang bagaimana kepercayaan dijaga sampai akhir.”

Berangkat dari pemahaman tersebut, Blibli terus memperkuat pondasi omnichannel-nya sepanjang 2025 untuk menjaga konsistensi pengalaman pelanggan di setiap titik. Hingga September 2025, Blibli mengoperasikan 236 toko elektronik konsumen, 58 gerai supermarket premium Ranch Market, dan 38 experience center Dekoruma. Ekosistem ini didukung oleh lebih dari 7.600 toko yang mengadopsi fitur Blibli InStore dan lebih dari 8.800 toko yang mengadopsi fitur Click & Collect, serta kapabilitas rantai pasok dan logistik yang diperkuat melalui gudang baru di Marunda.

Dari sisi teknologi dan tata kelola, pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning (ML) membantu meningkatkan pengalaman pelanggan sekaligus mengoptimalkan *operational excellence*. Komitmen terhadap keamanan dan privasi data juga ditegaskan melalui sertifikasi ISO 27001:2022 dan adopsi ISO 27701:2019.

Komitmen jangka panjang ini turut tercermin dalam inisiatif keberlanjutan Blibli Tiket Action lewat Langkah Membumi Ecoground, yang telah memungkinkan donasi 110.500 pohon mangrove dan berpotensi menyerap hingga 3.635,5 ton CO₂ dalam delapan tahun ke depan.


Namun lebih dari sekadar membangun sistem dan infrastruktur, ada satu hal yang ingin dijaga secara konsisten yakni kepercayaan pelanggan.

Pemahaman ini selaras dengan temuan survei Kumparan pada Juli–Agustus. Dari berbagai kategori e-commerce, 6 dari 10 konsumen mengaku pernah mengalami kendala saat berbelanja. Di beberapa kategori, angkanya bahkan lebih tinggi, marketplace mencapai 91%, supermarket online 84%, Home & Living 81%, dan online travel agent 78%.



Yang menarik, sebagian besar kendala tersebut justru muncul setelah pembayaran dilakukan. Sekitar 64% masalah terjadi di fase post-purchase, mulai dari barang yang tidak sesuai, pengiriman terlambat, produk rusak, hingga proses pengembalian yang tidak sederhana.

Data ini menegaskan satu hal: di tengah banyaknya pilihan dan kemudahan transaksi, konsumen semakin membutuhkan kepastian setelah keputusan dibuat. Di sinilah jeda menjadi relevan bukan untuk menunda, tetapi untuk memilih dengan lebih sadar.



**NO KW
NO BLABLABLA...
ONLY ORI.**

#NoBlablaDiBlibli

blibli

E-COMMERCE YANG MAU REPOT DAN MASIH ASLI INDONESIA

Jaminan Tepat Waktu Pasti ORI Retur Alasan Apa pun Gratis Perlindungan Lengkap

Berangkat dari realitas tersebut, Blibli menghadirkan semangat #NoBlablaDiBlibli dengan empat jaminan utama: Pasti Ori, Jaminan Tepat Waktu, Gratis Perlindungan Lengkap, dan Retur Alasan Apa Pun. Fokusnya bukan sekadar mendorong transaksi, melainkan memastikan konsumen tetap merasa aman dan tenang hingga barang benar-benar diterima.

Pendekatan yang sama juga terasa di tiket.com. Dalam dunia perjalanan yang penuh ketidakpastian, survei Kumparan mencatat 51% konsumen OTA menilai fase post-purchase sebagai titik paling krusial. Perubahan jadwal, pembatalan mendadak, hingga proses refund sering menjadi sumber kekhawatiran. Melalui fitur 100% Refund dan Reschedule, perlindungan gangguan penerbangan, serta layanan customer care 24 jam, tiket.com berupaya memastikan perjalanan tetap terasa nyaman, bahkan ketika rencana harus berubah.



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

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

blibli●tiket

Untuk kebutuhan harian, Ranch Market memaknai kepercayaan sebagai fondasi utama. Data menunjukkan 68% kendala di supermarket online terjadi setelah pembelian, terutama terkait kualitas produk segar dan ketepatan pengiriman. Dengan dukungan sistem dan logistik terintegrasi dalam ekosistem Blibli Tiket, Ranch Market menghadirkan pengalaman belanja groceries yang praktis tanpa mengorbankan kualitas.



Ranch Market: Yang Konsisten, Itu yang Dilirik

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

blibli●tiket

Sementara itu, di kategori Home & Living, Dekoruma memahami bahwa furnitur bukan keputusan impulsif, melainkan investasi jangka panjang. Tak heran jika 81% konsumen Home & Living pernah mengalami kendala, terutama terkait pengiriman dan kondisi produk. Melalui

solusi *end-to-end* mulai dari desain interior, furnitur terkurasi, hingga pengiriman dan perakitan Dekoruma membantu konsumen merasa lebih yakin sebelum membeli dan lebih tenang setelah produk hadir di rumah.



Dekoruma Menghadirkan Solusi Hunian yang Relevan dan Bermakna

- Didukung teknologi, logistik, dan pembayaran ekosistem Blibli Tiket
- Tersedia di toko dan showroom untuk dilihat langsung
- Solusi *end-to-end*

blibli • tiket

Di akhir tahun, Blibli mengajak masyarakat untuk tidak larut dalam ritme yang serba cepat. Ambil jeda. Gunakan momen ini untuk membuat keputusan dengan lebih tenang dan sadar termasuk dalam memilih destinasi belanja yang tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga kepastian dan kepercayaan

“Namun di saat yang sama, kami memahami bahwa tidak semua pelanggan ingin atau punya waktu untuk melakukan itu. Karena itu, ekosistem Blibli Tiket hadir untuk memberikan kepastian sejak awal mulai dari produk, proses, hingga layanan purnajual sehingga apa pun cara konsumen berbelanja, rasa aman tetap terjaga sampai akhir. Bagi kami, pengalaman digital yang baik bukan hanya soal kecepatan, tetapi tentang bagaimana kepercayaan dijaga secara konsisten,” tutup Nazrya.

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

