

RILIS KINERJA

PT GLOBAL DIGITAL NIAGA TBK

Kinerja Keuangan Kuartal Kedua Tahun 2026

30 Juli 2026 | 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 2026.

IKHTISAR UTAMA

- Pendapatan Neto konsolidasian bertumbuh sebesar 55% y.o.y dari Rp9.596 miliar pada 1H25 menjadi Rp14.830 miliar pada 1H26, dengan tren pertumbuhan dua digit yang solid di seluruh segmen usaha, terutama pada segmen Institusi dan Toko Fisik.
- *Take Rate* meningkat lebih jauh dari 8,6% pada 1H25 menjadi 9,0% pada 1H26, didukung peningkatan *Take Rate* terutamanya pada segmen Ritel 1P dan Ritel 3P. Hal ini merupakan hasil dari pertumbuhan Laba Bruto Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount/GPBD*) sebesar 17% y.o.y selama periode ini.
- Struktur biaya yang lebih baik tercermin dari lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasian terhadap TPV dari 7,2% pada 1H25 menjadi 6,3% pada 1H26, yang menghasilkan peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasian terhadap TPV sebesar 170bps y.o.y.
- Memperkenalkan layanan pengiriman “Prioritas” pada platform Blibli yang memberikan jaminan pesanan pelanggan tiba mulai dari 30 menit sejak pembayaran diselesaikan.
- Memperluas kapabilitas *omnichannel* lebih jauh dengan menambah sejumlah 36 toko baru sepanjang 2Q26, sehingga per akhir Juni 2026, Perseroan telah mengoperasikan sejumlah 326 toko elektronik konsumen, 14 toko elektronik rumah tangga, dan 1 toko fesyen & olahraga. Selain itu, Perseroan juga mengelola 60 gerai supermarket premium dan 38 *home and living experience centers*.
- Pada bulan Juni 2026, para pemegang saham Perseroan menyetujui seluruh mata acara dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB).

PERNYATAAN MANAJEMEN

Kusumo Martanto – CEO & Co-Founder

“Semester pertama tahun 2026 semakin menunjukkan ketangguhan ekosistem *omnichannel* terintegrasi kami serta konsistensi kami dalam menjalankan strategi jangka panjang. Di tengah pola belanja konsumen yang semakin selektif dan persaingan pasar yang ketat, kami berhasil mencatatkan pertumbuhan pendapatan yang sehat sekaligus terus meningkatkan profitabilitas. Kemajuan ini mencerminkan fokus kami pada pertumbuhan yang berkualitas, investasi yang disiplin dan keunggulan operasional, alih-alih mengejar pertumbuhan dengan segala cara.

Kinerja kami didukung oleh kontribusi yang berimbang dari seluruh ekosistem. Segmen perdagangan B2C mempertahankan momentum yang solid, didukung oleh penawaran produk yang terdiferensiasi, komposisi kategori yang lebih berkualitas, serta pengembangan kapabilitas *omnichannel* secara berkelanjutan. Usaha institusi, jaringan toko fisik, dan mitra ekosistem kami juga semakin memperkuat kemampuan kami dalam melayani pelanggan secara terintegrasi di seluruh kanal daring dan luring.

Secara keseluruhan, berbagai kapabilitas tersebut semakin memperkuat proposisi nilai unik dari ekosistem Blibli Tiket. Keunggulan kompetitif kami tidak bertumpu pada satu platform atau aset tertentu, melainkan pada integrasi merek-merek tepercaya, teknologi, logistik, titik interaksi fisik, hubungan dengan pelanggan, serta data ekosistem. Kombinasi ini telah dikembangkan secara bertahap dan sulit direplikasi dalam skala besar. Kami tetap berkomitmen untuk memperkuat keunggulan tersebut melalui peningkatan berkelanjutan dalam cara seluruh usaha kami berkolaborasi, melayani pelanggan, dan menciptakan nilai bagi para mitra.

Selama periode ini, kami juga mencatat kemajuan yang signifikan dalam memperkuat kapabilitas yang akan mendukung fase pertumbuhan berikutnya. Investasi berkelanjutan pada jaringan pemenuhan pesanan, platform teknologi, dan integrasi ekosistem telah meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat pengalaman pelanggan di Blibli, tiket.com, Ranch Market, dan Dekoruma. Secara paralel, kami terus memperluas pemanfaatan analitik data dan kecerdasan buatan secara bertanggung jawab untuk meningkatkan pengelolaan barang, penemuan produk, interaksi pelanggan, serta produktivitas di seluruh kegiatan operasional kami.

Berbagai inisiatif tersebut merupakan bagian dari rencana besar jangka panjang kami. Sembari terus beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dan kondisi pasar, arah strategis kami tetap konsisten. Kami akan mempertahankan pendekatan yang disiplin dalam alokasi modal, mempertajam pelaksanaan strategi di seluruh ekosistem, serta terus berinvestasi pada kapabilitas yang memperkuat daya saing jangka panjang kami.

Mewakili jajaran manajemen, saya juga ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada para pemegang saham atas kepercayaan dan dukungan yang terus diberikan, sebagaimana kembali ditegaskan dalam Rapat Umum Pemegang Saham kami. Kepercayaan Anda terhadap strategi jangka panjang kami semakin memperkuat tekad kami untuk menjalankan strategi dengan disiplin dan tujuan yang jelas, seiring upaya kami membangun perusahaan yang lebih kuat, lebih efisien, dan lebih berkelanjutan untuk tahun-tahun mendatang.”

Ronald Winardi – CFO

“Hasil semester pertama kami menunjukkan keberlanjutan kekuatan eksekusi kami, dengan pendapatan netto meningkat sebesar 55% y.o.y, didukung oleh pertumbuhan yang sehat di seluruh segmen usaha serta fokus pada kategori produk dengan margin yang lebih tinggi. Pada saat yang sama, penekanan berkelanjutan pada disiplin biaya dan efisiensi operasional telah memungkinkan kami untuk semakin memperkuat profitabilitas sekaligus mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.”

IKHTISAR KINERJA OPERASIONAL

Indikator Segmen Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	2Q26	2Q25	y.o.y (%)	1H26	1H25	y.o.y (%)
Total Processing Value ⁽¹⁾						
- Ritel 1P	1.780	1.207	47	4.052	3.087	31
- Ritel 3P	14.169	13.702	3	26.272	27.295	(4)
- Institusi	4.790	3.225	49	9.696	5.994	62
- Toko Fisik	2.472	2.108	17	5.172	3.863	34
Jumlah TPV	23.211	20.242	15	45.192	40.239	12
Pendapatan Neto						
- Ritel 1P	1.292	942	37	2.866	2.339	23
- Ritel 3P	421	372	13	806	723	11
- Institusi	3.156	1.889	67	6.708	3.386	98
- Toko Fisik	2.126	1.699	25	4.450	3.148	41
Jumlah Pendapatan Neto	6.995	4.902	43	14.830	9.596	55
Laba Bruto Sebelum Diskon ⁽²⁾						
- Ritel 1P	458	250	83	1.021	709	44
- Ritel 3P	751	715	5	1.459	1.416	3
- Institusi	228	229	(0)	658	432	52
- Toko Fisik	451	488	(8)	917	916	0
Jumlah GPBD	1.888	1.682	12	4.055	3.473	17
Take Rate ⁽³⁾ (%)	8,1	8,3		9,0	8,6	
Average Order Value ⁽⁴⁾ (Rp juta)	2,82	1,71	64	2,23	1,73	29
Transacting Users ⁽⁵⁾ (juta pengguna)	2,2	2,2	(1)	3,5	3,3	5
Jumlah Pelanggan Institusi ⁽⁶⁾ ('000 klien)	70,6	66,4	6	91,5	93,9	(3)

(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 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 untuk periode kuartal kedua tahun 2026 (2Q26) dibandingkan dengan kuartal kedua tahun 2025 (2Q25), serta periode semester pertama tahun 2026 (1H26) dibandingkan dengan semester pertama tahun 2025 (1H25).

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 kuat sebesar 83% y.o.y pada 2Q26 menjadi Rp458 miliar, serta sebesar 44% y.o.y pada 1H26 menjadi Rp1.021 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama dikonstruksikan oleh fokus Perseroan pada produk-produk dengan margin lebih tinggi di sebagian besar kategori, termasuk elektronik konsumen, elektronik rumah tangga, kebutuhan sehari-hari, serta produk olahraga & gaya hidup. Selain itu, usaha *home & living* Perseroan juga mencatat peningkatan kinerja yang didukung oleh peningkatan produktivitas dan skala ekonomis yang lebih tinggi. Hasilnya, *Take Rate* segmen ini berhasil mencapai 25,7% pada periode 2Q26. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini masing-masing tumbuh sebesar 47% dan 37% y.o.y pada 2Q26, serta sebesar 31% dan 23% y.o.y pada 1H26.

Untuk mendukung segmen Ritel 1P, Perseroan memiliki jaringan infrastruktur pemenuhan pesanan, logistik, dan pengiriman ke konsumen akhir yang luas, menggunakan model *hub-and-spoke*, didukung oleh 15 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 400.000 SKU di lebih dari 40 kota secara nasional.

Gudang di Marunda, Jawa Barat, berperan sebagai pusat rantai pasokan utama yang memperkuat kemampuan logistik dan pemenuhan pesanan Perseroan, termasuk untuk layanan *Fulfillment at Speed* (FAS) dan *Fulfillment by Blibli* (FBB). Selain itu, Perseroan juga telah meluncurkan layanan pengiriman "Prioritas", yang menjamin pemenuhan dan pengiriman pesanan pelanggan ke alamat tujuan mulai dari 30 menit setelah pembayaran diselesaikan.

Usaha pemenuhan dibawah layanan FAS telah mengalami kemajuan pesat melalui kemitraan yang erat dengan berbagai mitra pemegang merek terkemuka di Indonesia, yang semakin meningkatkan integrasi rantai pasok dan mempercepat efisiensi pemenuhan pesanan. Mulai bulan Juni 2026, penyelesaian peningkatan sistem dalam kerangka FAS memungkinkan pemenuhan pesanan berbagai produk *dry goods* Ranch Market dapat dilakukan melalui gudang Marunda.

Per akhir Juni 2026, Perseroan 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 yang sehat sebesar 5% y.o.y pada 2Q26 menjadi Rp751 miliar, serta sebesar 3% y.o.y pada 1H26 menjadi Rp1.459 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh kontribusi yang lebih tinggi dari kategori pengalaman, serta optimalisasi harga dan perluasan monetisasi pendapatan tambahan pada usaha OTA Perseroan, di tengah ketidakpastian akibat kondisi makro global. Secara keseluruhan, Pendapatan Neto segmen ini tumbuh masing-masing sebesar 13% dan 11% y.o.y pada 2Q26 dan 1H26.

Per akhir Juni 2026, platform OTA milik Perseroan – tiket.com telah menyediakan ragam produk dan layanan, termasuk tiket penerbangan dari 151 maskapai domestik dan internasional yang melayani lebih dari 240 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 112.000 aktivitas dan destinasi wisata serta lebih dari 4.500 acara di seluruh dunia.

Institusi

Segmen Institusi merupakan usaha perdagangan Perseroan yang dijalankan melalui platform-platform daring untuk berbagai produk dan layanan pihak pertama (1P) dan pihak ketiga (3P) yang melayani berbagai klien institusi di seluruh Indonesia.

GPBD segmen ini mencatat pertumbuhan yang kuat sebesar 52% y.o.y pada 1H26 menjadi Rp658 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama diatribusikan kepada keberhasilan dari ekspansi regional pada kategori elektronik konsumen (*smartphone*) dan elektronik rumah tangga, sehingga menghasilkan volume penjualan yang lebih tinggi kepada klien institusi. Pada periode ini, segmen ini juga berhasil meningkatkan kualitas kliennya lebih jauh, tercermin dari peningkatan belanja per klien institusi sebesar 66% y.o.y menjadi Rp106,0 juta. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini tumbuh masing-masing sebesar 49% dan 67% y.o.y pada 2Q26, serta sebesar 62% dan 98% y.o.y pada 1H26.

Sepanjang periode ini, segmen Institusi Perseroan telah melayani sekitar 91.500 klien institusi, dengan tingkat monetisasi yang terus tumbuh dari 56% pada 1H25 menjadi 69% pada 1H26, mencerminkan terus meningkatnya kepercayaan klien institusi terhadap berbagai layanan yang diberikan Perseroan.

Toko Fisik

Segmen Toko Fisik mencatatkan usaha Perseroan di toko-toko elektronik konsumen (berfokus pada *smartphone*, *tablet* dan produk terkait), toko elektronik rumah tangga dan toko fesyen & olahraga, 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 mencatatkan sedikit pertumbuhan pada 1H26 menjadi Rp917 miliar. Peningkatan kinerja GPBD terutama didorong oleh volume penjualan *smartphone* yang lebih tinggi, didukung oleh peluncuran produk baru serta perluasan dari toko fisik elektronik konsumen Perseroan. Selain itu, gerai supermarket Perseroan juga mencatatkan margin yang lebih baik selama periode ini, dengan peningkatan *Same-Store Sales Growth* (SSSG), terutama pada gerai-gerai di segmen premium, serta peningkatan efisiensi operasional secara keseluruhan dan pengelolaan penyusutan yang lebih baik. Secara keseluruhan, TPV dan Pendapatan Neto segmen ini masing-masing tumbuh sebesar 17% dan 25% y.o.y pada 2Q26, serta sebesar 34% dan 41% y.o.y pada 1H26.

Dengan penambahan 36 toko baru sepanjang periode ini, Perseroan telah mengoperasikan sejumlah 326 toko elektronik konsumen, yang terdiri dari 159 toko merek-tunggal dan 167 toko multi-merek, serta 14 toko elektronik rumah tangga dan 1 toko fesyen & olahraga per akhir Juni 2026. Selain itu, Perseroan juga mengelola 60 gerai supermarket premium yang dioperasikan oleh Ranch Market.

KINERJA KEUANGAN KONSOLIDASIAN

Kinerja Keuangan Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	2Q26	2Q25	y.o.y (%)	1H26	1H25	y.o.y (%)
Pendapatan neto	6.995	4.902	43	14.830	9.596	55
Laba bruto	1.137	898	27	2.325	1.773	31
Beban operasional	(1.432)	(1.450)	(1)	(2.848)	(2.909)	(2)
Rugi usaha	(289)	(558)	(48)	(493)	(1.141)	(57)
EBITDA⁽¹⁾	(216)	(486)	(56)	(349)	(997)	(65)
Margin bruto (%)	16,3	18,3		15,7	18,5	
EBITDA terhadap TPV (%)	(0,9)	(2,4)		(0,8)	(2,5)	

Posisi Keuangan Terpilih (Rp miliar, kecuali dinyatakan lain)	Per 30 Jun 2026	Per 31 Des 2025	Perubahan (%)
Kas dan setara kas	1.630	1.542	6
Persediaan, neto	3.626	2.927	24
Investasi ⁽²⁾	1.166	1.168	(0)
Aset tetap, neto	1.765	1.761	0
Jumlah aset	18.751	17.801	5
Utang bank jangka pendek	3.021	2.957	2
Jumlah liabilitas	9.415	8.346	13
Jumlah ekuitas	9.336	9.454	(1)

Kinerja keuangan untuk periode yang berakhir tanggal 30 Juni 2026 dan 2025 serta posisi keuangan tanggal 30 Juni 2026 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia dan tidak diaudit. Posisi keuangan tanggal 31 Desember 2025 telah disiapkan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia 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 kedua tahun 2026 (2Q26) dibandingkan dengan kuartal kedua tahun 2025 (2Q25), serta periode semester pertama tahun 2026 (1H26) dibandingkan dengan semester pertama tahun 2025 (1H25).

Pendapatan & Profitabilitas

Pendapatan Neto konsolidasian mencatat pertumbuhan yang solid sebesar 43% y.o.y dari Rp4.902 miliar pada 2Q25 menjadi Rp6.995 miliar pada 2Q26, serta sebesar 55% y.o.y dari Rp9.596 miliar pada 1H25 menjadi Rp14.830 miliar pada 1H26. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh peningkatan kontribusi di seluruh segmen usaha, khususnya pada kategori elektronik konsumen dan gaya hidup, yang didukung oleh volume penjualan *smartphone* dan produk-produk olahraga yang lebih tinggi, peningkatan kontribusi dari usaha OTA dan institusi, serta perluasan jaringan toko fisik untuk memperkuat kehadiran dan penetrasi *omnichannel* Perseroan. Perubahan bauran produk menghasilkan normalisasi Marjin Bruto konsolidasian secara keseluruhan menjadi 15,7% pada 1H26.

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 7,2% pada 1H25 menjadi 6,3% pada 1H26, terutama didukung oleh lebih rendahnya persentase beban iklan dan pemasaran serta beban umum dan administrasi konsolidasian terhadap TPV. Secara keseluruhan, Perseroan terus memperbaiki kinerjanya, tercermin dari peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasian terhadap TPV dari -2,5% pada 1H25 menjadi -0,8% pada 1H26, peningkatan sebesar 170bps y.o.y.

Arus Kas

Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas operasi tercatat sebesar Rp180 miliar pada 1H26, terutama disebabkan oleh investasi modal kerja dalam rangka mendukung pertumbuhan Pendapatan Neto yang lebih cepat. Kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi tercatat sebesar Rp193 miliar pada 1H26, terutama digunakan untuk akuisisi aset tetap terkait dengan ekspansi toko fisik. Sementara itu, arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas pendanaan tercatat sebesar Rp461 miliar pada 1H26. Dengan demikian, posisi Kas dan Setara Kas konsolidasian Perseroan tercatat sebesar Rp1.630 miliar per tanggal 30 Juni 2026 dibandingkan dengan Rp1.542 miliar per tanggal 31 Desember 2025.

Pedoman Kinerja

Perseroan menegaskan kembali targetnya untuk mencapai peningkatan Pendapatan Neto konsolidasian sebesar 15–20% pada tahun 2026. Target ini didukung oleh prioritas strategis utama yang akan dilaksanakan sepanjang sisa tahun, dengan fokus berkelanjutan pada peningkatan marjin dan struktur biaya yang lebih efisien.

AKSI KORPORASI

Pada tanggal 4 Juni 2026, Perseroan menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST), dimana Perseroan memperoleh persetujuan dari para pemegang saham atas laporan Direksi mengenai laporan keuangan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2025 serta laporan pelaksanaan tugas pengawasan Dewan Komisaris. Rapat juga menyetujui penetapan gaji, honorarium, dan tunjangan bagi Dewan Komisaris, termasuk pemberian kuasa dan wewenang kepada Dewan Komisaris untuk menetapkan gaji, honorarium, dan tunjangan bagi Direksi untuk tahun buku 2026.

Selanjutnya, rapat memberikan kewenangan kepada Dewan Komisaris untuk menunjuk akuntan publik dan/atau kantor akuntan publik yang akan mengaudit laporan keuangan Perseroan untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2026. Terakhir, rapat juga menyetujui pengangkatan kembali anggota Dewan Komisaris dan Direksi serta untuk melakukan perubahan susunan Dewan Komisaris, dimana Imron Hendrata diangkat sebagai Komisaris Utama Perseroan dan Cyrillus Harinowo sebagai Komisaris Independen.

Pada tanggal 15 Juni 2026, Perseroan juga menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB), yang dalam rapat tersebut para pemegang saham independen menyetujui rencana Perseroan untuk melakukan penambahan modal tanpa memberikan hak memesan efek terlebih dahulu melalui penerbitan saham baru sebanyak-banyaknya 5.000.000.000 saham atau sebanyak-banyaknya sebesar 3,64% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan, yang terdiri atas:

- penerbitan saham baru dalam rangka program kepemilikan saham manajemen dan karyawan Perseroan (Program MESOP) sebanyak-banyaknya 2.000.000.000 saham atau sebesar 1,45% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan; dan
- penerbitan saham baru tanpa hak memesan efek terlebih dahulu selain dalam rangka Program MESOP (Penambahan Modal Selain Program MESOP) sebanyak-banyaknya 3.000.000.000 saham atau sebesar 2,19% dari modal ditempatkan dan disetor Perseroan.

Dalam RUPSLB, Perseroan juga memperoleh persetujuan atas perubahan dan/atau penyesuaian Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan sesuai dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2025.

LINGKUNGAN, SOSIAL & TATA KELOLA (LST)

Perseroan terus berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dan menciptakan nilai jangka panjang. Melalui Blibli Tiket Action, Perseroan menjalankan berbagai agenda Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (LST), sekaligus melibatkan para pemangku kepentingan untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan. Berikut merupakan berbagai pencapaian utama Perseroan dalam penerapan LST selama periode 1H26:

Fokus Lingkungan

Perseroan terus memperkuat komitmennya terhadap lingkungan melalui pengelolaan sumber daya, limbah, dan emisi yang bertanggung jawab:

- Pengelolaan Sumber Daya Berkelanjutan: lebih dari 95% kemasan menggunakan kardus bersertifikasi FSC dan material berbasis kertas, sehingga semakin memperkuat penerapan kemasan ramah lingkungan di seluruh ekosistem.
- Pengelolaan Limbah yang Bertanggung Jawab: mencapai tingkat ketepatan pemilahan limbah lebih dari 70% di seluruh kantor Blibli Tiket melalui peningkatan praktik pengelolaan limbah oleh karyawan. Sementara itu, program *Gadget for Good* berhasil mengumpulkan dan mengelola secara bertanggung jawab lebih dari 750 unit limbah elektronik di sejumlah toko Blibli Stores terpilih di wilayah Jakarta Raya.
- Pengurangan Emisi: memperluas partisipasi pelanggan melalui berbagai fitur keberlanjutan yang tersedia secara berkelanjutan:
 - Misi Tanam Pohon: sekitar 3.000 transaksi berkontribusi terhadap penanaman pohon melalui donasi pelanggan sebesar Rp1.000 untuk setiap transaksi.
 - *Green Delivery*: menyelesaikan lebih dari 16.000 pengiriman dengan menggunakan kendaraan listrik.

Dampak Sosial

Perseroan terus berinvestasi pada pengembangan karyawan dan masyarakat melalui berbagai inisiatif yang mendorong peningkatan kapabilitas, kolaborasi, serta perilaku digital yang bertanggung jawab:

- *Winning Culture*: memperkuat empat *Winning Principles* yang didukung oleh program *Winning Ambassadors* dan *Winning Community*.
- Pengembangan Karyawan: meningkatkan pembelajaran dan keterlibatan karyawan melalui sesi BRIGHT (Bliblioneers Insights) serta kampanye keberlanjutan internal CollaborAction.
- Keterlibatan Pemangku Kepentingan: menyelenggarakan Langkah Membumi Networking, sebuah forum kepemimpinan lintas sektor yang mempertemukan para pemimpin usaha untuk bertukar wawasan dan mendorong kolaborasi di bidang keberlanjutan.
- Literasi Digital dan Perlindungan Konsumen: meluncurkan kampanye JEDA 10 Detik, sebuah inisiatif publik yang mendorong literasi digital dan perlindungan konsumen dengan mengajak masyarakat untuk berhenti sejenak sebelum menanggapi informasi atau mengambil keputusan.

Keunggulan Tata Kelola

Perseroan mempertahankan sertifikasi ISO 27001:2022 untuk Sistem Manajemen Keamanan Informasi, sertifikasi ISO 27701:2019 untuk Manajemen Informasi Privasi, serta sertifikasi PCI DSS 4.0.1 Merchant Level 1 untuk sistem pembayaran kartu kredit. Pencapaian ini semakin memperkuat komitmen Perseroan terhadap penerapan tata kelola digital yang andal.

Selain itu, kepemimpinan Perseroan dalam bidang keberlanjutan kembali memperoleh pengakuan melalui penghargaan Change the World Award pada Fortune Indonesia Summit 2026, serta berbagai penghargaan dalam Indonesia Sustainability Award 2026, termasuk *Best ESG in Technology, Sustainable Innovation, Circular Economy Pioneer*, serta *ESG Leadership Excellence*.

PROSPEK USAHA

Perseroan memperkirakan kondisi pasar akan tetap kompetitif hingga akhir tahun 2026, dengan belanja konsumen yang diperkirakan pulih secara bertahap di tengah perkembangan kondisi makroekonomi. Dalam kondisi tersebut, prioritas strategis Perseroan tetap tidak berubah, yaitu mendorong pertumbuhan berkualitas dan berkelanjutan sekaligus terus meningkatkan profitabilitas.

Perseroan akan mengejar tujuan tersebut melalui pelaksanaan strategi secara disiplin, bauran pendapatan yang semakin menguntungkan, serta peningkatan efisiensi operasional secara berkelanjutan. Perseroan juga akan terus memperkuat ekosistem *omnichannel* terintegrasinya dengan meningkatkan kapabilitas pemenuhan, memperdalam kolaborasi lintas usaha, serta mengembangkan kapabilitas digital serta data.

Melalui integrasi berbagai merek konsumen terpercaya, platform daring, jaringan toko fisik, infrastruktur logistik, dan teknologi, Perseroan telah membangun ekosistem yang terdiferensiasi dan sulit direplikasi dalam skala besar. Perseroan akan terus memperkuat fondasi tersebut untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang semakin terintegrasi, memperkuat proposisi nilai bagi para penjual dan mitra merek, serta mendukung kegiatan operasional yang lebih cerdas dan efisien.

Berbagai prioritas tersebut akan didukung oleh alokasi modal secara bijak, pengelolaan biaya yang disiplin, serta fokus berkelanjutan pada imbal hasil investasi yang terukur. Dengan tetap mencermati perkembangan pasar dalam jangka pendek, Perseroan tetap optimis terhadap arah strategisnya dan meyakini bahwa Perseroan berada pada jalur yang tepat untuk mencapai pedoman kinerja tahun 2026 serta menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi para 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 menyebarkan 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 usahanya, atau manajemennya “meyakini”, “mengharapkan”, “mengantisipasi”, “bermaksud”, “merencanakan”, “memperkirakan”, atau kata lain atau frasa 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 usahanya. 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 yang dimiliki Perseroan – Blibli, mengintegrasikan pengalaman berbelanja dan bertransaksi secara daring melalui layanan *e-commerce* dan secara luring dengan mengoperasikan ratusan toko-toko fisik multikategori berkolaborasi dengan berbagai mitra pemegang merek global terkemuka. Blibli juga bermitra dengan ribuan toko yang mengadopsi solusi *omnichannel* Perseroan, yakni Blibli Instore dan Click & Collect, didukung infrastruktur rantai pasok yang kuat, termasuk jaringan pergudangan dan logistik yang dikembangkan secara nasional dan layanan pengiriman pihak pertama (1PL) melalui layanan logistik milik Perseroan – BES Paket (Bibli Express Service), serta 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 – tiket.com) untuk memperluas layanan hingga meliputi perjalanan, akomodasi, dan pengalaman gaya hidup. Pada tahun 2021, ekosistem Perseroan semakin lengkap dengan penambahan penawaran bahan makanan dan kebutuhan harian melalui akuisisi PT Supra Boga Lestari Tbk (Ranch Market) – perusahaan pengelola gerai supermarket premium dengan merek seperti Ranch Market dan Farmers Market. Pada tahun 2024, Perseroan juga menyelesaikan akuisisi PT Dekoruma Inovasi Lestari (Dekoruma) – sebuah perusahaan ritel dan desain interior *home and living omnichannel* terkemuka di Indonesia, yang menjadi kategori pertumbuhan strategis lainnya untuk memperkuat strategi *omnichannel* Perseroan.

Perpaduan antara Blibli, tiket.com, Ranch Market dan Dekoruma membentuk suatu ekosistem *omnichannel* terpadu, yaitu Blibli Tiket, yang menegaskan sinergi dan integrasi antar platform yang menawarkan kemudahan pengalaman berbelanja serta bernilai tambah bagi pelanggan, dengan menyediakan layanan lebih lengkap, bermanfaat juga terintegrasi di setiap titik interaksi konsumen. Ekosistem Blibli Tiket juga dilengkapi dengan program loyalitas terpadu bernama Blibli Tiket Rewards, yang menawarkan berbagai program loyalitas terintegrasi kepada seluruh pelanggan di dalam ekosistem.

Saham Perseroan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham “BELI”.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan 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

Silakan pindai dibawah ini untuk mengunduh:

Laporan Tahunan



Laporan Keberlanjutan

