

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Global Digital Niaga Tbk, yang dikenal secara komersial dengan nama Blibli, merupakan salah satu perusahaan e-commerce terkemuka di Indonesia yang berada di bawah naungan kelompok usaha Djarum Group seperti logonya yang tertampil pada Gambar 2.1. Perusahaan ini secara resmi didirikan pada tahun 2011 sebagai bagian dari respon strategis Djarum Group terhadap perkembangan pesat digitalisasi dan pertumbuhan ekonomi digital nasional. Melalui Blibli, Djarum Group memasuki sektor perdagangan elektronik dengan membawa visi untuk menghadirkan pengalaman berbelanja yang praktis, aman, nyaman, dan terpercaya bagi seluruh masyarakat Indonesia.



Gambar 2. 1 Logo BliBli

Sumber: [6]

Blibli sejak awal tidak hanya dirancang sebagai platform belanja online, tetapi juga sebagai sebuah ekosistem digital yang komprehensif. Layanan yang disediakan meliputi berbagai kategori produk dan kebutuhan masyarakat, seperti

barang elektronik, perangkat rumah tangga, kebutuhan sehari-hari, produk mode dan gaya hidup, hingga layanan perjalanan dan solusi bisnis antarperusahaan (B2B). Dengan strategi *omnichannel* yang diterapkan, Blibli menghubungkan kanal daring dan luring secara integratif, memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi konsumen dalam mengakses produk dan layanan dari berbagai saluran.

Sebagai salah satu pelopor e-commerce lokal, Blibli sejak awal menekankan diferensiasi layanan untuk bersaing dengan perusahaan sejenis. Beberapa keunggulan yang ditawarkan antara lain adalah layanan pelanggan 24 jam setiap hari, pengiriman cepat dan andal melalui armada logistik milik sendiri yang dikenal dengan nama Blibli Express Service (BES), metode pembayaran yang bervariasi dan aman, kebijakan pengembalian barang yang mudah dan transparan, serta kerja sama eksklusif dengan merek-merek resmi untuk menjamin keaslian produk yang dijual.

Perjalanan bisnis Blibli tidak terlepas dari strategi ekspansi yang dilakukan melalui kemitraan dan akuisisi. Salah satu tonggak penting dalam perkembangan perusahaan adalah akuisisi Tiket.com, sebuah platform pemesanan tiket dan perjalanan digital terkemuka di Indonesia. Akuisisi ini memperluas cakupan layanan Blibli ke sektor perjalanan dan pariwisata, memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan digital yang menyeluruh. Selain itu, Blibli juga memperluas jangkauan ke sektor ritel fisik dengan mengakuisisi jaringan supermarket premium seperti *Ranch Market* dan *Farmers Market*, yang semakin memperkuat model bisnis online-to-offline (O2O) yang diusung perusahaan.

Dalam mendukung operasi dan pengelolaan ekosistem bisnis yang luas, kantor pusat Blibli berlokasi di Gedung Sarana Jaya, Jalan Budi Kemuliaan I No. 1, Gambir, Jakarta Pusat. Gedung ini menjadi pusat kendali dari berbagai fungsi strategis perusahaan, termasuk pengembangan teknologi informasi, layanan pelanggan, logistik, pemasaran, manajemen produk, dan pengembangan bisnis. Lokasi kantor yang berada di pusat kota mencerminkan posisi Blibli sebagai perusahaan yang berada di jantung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia.



Gambar 2. 2 Gedung Sarana Jaya

Sumber: [6]

Sebagai entitas hukum, PT. Global Digital Niaga Tbk memiliki beberapa unit bisnis dan anak perusahaan yang mendukung operasional utamanya seperti yang tertera pada Gambar 2.2. Beberapa di antaranya termasuk Blibli.com sebagai platform e-commerce utama, Tiket.com di sektor perjalanan, *Ranch Market* dan *Farmers Market* di sektor ritel premium, Blibli Express Service sebagai unit logistik internal, serta lini layanan B2B yang menyediakan solusi bisnis dan pengadaan untuk perusahaan lain.

Pada tahun 2022, Blibli resmi menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan saham perdana di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten BELI. Langkah ini menjadi penanda keseriusan perusahaan dalam meningkatkan transparansi, tata kelola, serta akses terhadap sumber pendanaan baru untuk memperluas dan memperkuat infrastruktur bisnis digital yang sedang dibangun.

Hingga saat ini, Blibli terus tumbuh sebagai bagian dari gaya hidup digital masyarakat Indonesia. Perusahaan memposisikan dirinya tidak hanya sebagai

tempat belanja online, tetapi sebagai penyedia solusi digital yang holistik untuk memenuhi kebutuhan individu, rumah tangga, hingga korporasi. Melalui strategi berkelanjutan yang berorientasi pada pelanggan, teknologi, dan ekosistem, Blibli berkomitmen untuk menjadi mitra digital terpercaya bagi masyarakat Indonesia di era transformasi digital yang terus berkembang.

2.1.1 Visi Misi

PT. Global Digital Niaga Tbk (Blibli) memiliki visi jangka panjang untuk menjadi platform perdagangan dan gaya hidup digital terpercaya di Indonesia yang mampu memberikan pengalaman terbaik, menyeluruh, dan berkesan bagi setiap pelanggan. Visi ini menegaskan komitmen Blibli dalam membangun hubungan jangka panjang yang berbasis pada kepercayaan, kualitas layanan, serta integrasi teknologi untuk seluruh lapisan masyarakat. Visi tersebut tidak hanya menjadi arahan strategis perusahaan dalam jangka panjang, tetapi juga menjadi acuan dalam menyusun kebijakan operasional dan pelayanan secara menyeluruh.

Untuk mewujudkan visi tersebut, Blibli menetapkan sejumlah misi strategis yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap inovasi, kepuasan pelanggan, kemajuan teknologi, pemberdayaan pelaku usaha lokal, serta kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Misi Blibli disusun dengan memperhatikan kebutuhan pasar yang terus berubah, perkembangan teknologi digital, serta semangat kolaborasi dengan berbagai pihak.

1. Blibli berkomitmen untuk memberikan pengalaman belanja yang tidak hanya aman dan nyaman, tetapi juga menyenangkan. Hal ini diwujudkan melalui penyediaan layanan pelanggan yang responsif selama 24 jam penuh, integrasi sistem pembayaran digital yang cepat dan fleksibel, serta jaminan pengiriman tepat waktu dengan dukungan logistik internal seperti Blibli Express Service. Selain itu, Blibli menghadirkan layanan pengembalian barang yang mudah dan transparan demi menjaga kepercayaan pelanggan. Dalam era digital yang serba cepat, kepuasan

pelanggan menjadi salah satu tolok ukur utama kesuksesan Blibli dalam bersaing dengan berbagai platform e-commerce lainnya. Blibli secara konsisten mengembangkan dan memperluas ekosistem digital yang terintegrasi. Ekosistem ini tidak hanya mencakup platform belanja daring, tetapi juga produk digital seperti voucher dan langganan layanan, kebutuhan perjalanan seperti pemesanan tiket dan hotel melalui Tiket.com, serta solusi untuk segmen business-to-business (B2B). Dengan pendekatan ini, Blibli mampu menghadirkan kemudahan akses dalam satu ekosistem yang saling terhubung, relevan dengan gaya hidup masyarakat modern.

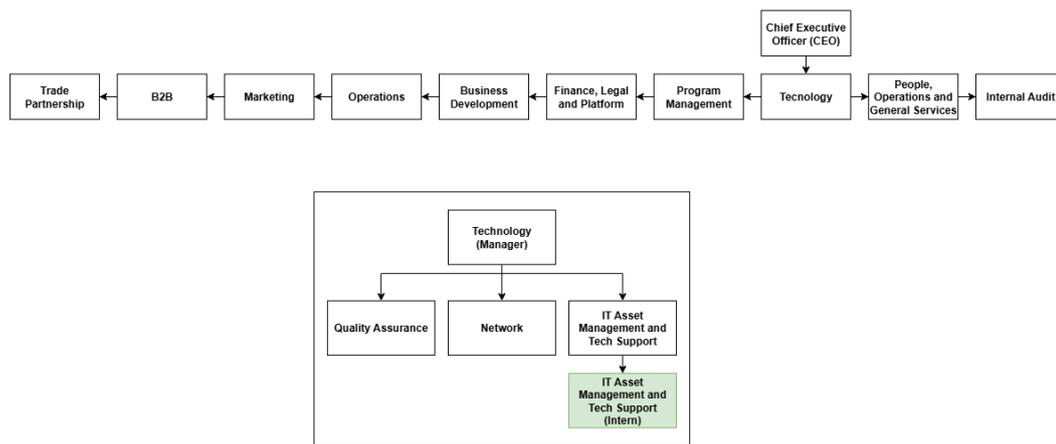
2. Blibli terus mengembangkan ekosistem digital yang terintegrasi guna memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Ekosistem ini tidak hanya mencakup produk fisik seperti elektronik, fashion, dan kebutuhan rumah tangga, tetapi juga produk digital seperti pulsa, voucher, hingga layanan perjalanan seperti pemesanan tiket pesawat dan hotel melalui integrasi dengan Tiket.com. Dengan menyediakan layanan yang saling terkoneksi dalam satu platform, Blibli berupaya menciptakan pengalaman pengguna yang mulus, efisien, dan memudahkan masyarakat dalam menjalani gaya hidup modern. Ekosistem ini dirancang untuk terus berkembang mengikuti perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen digital di Indonesia.
3. Dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital nasional, Blibli berperan aktif dalam memberdayakan pelaku usaha lokal, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta berbagai merek lokal. Melalui pelatihan digital, fasilitas onboarding di platform, serta dukungan pemasaran dan promosi secara nasional, Blibli menciptakan peluang yang setara bagi pelaku UMKM untuk bersaing dan berkembang di era digital. Blibli juga menyediakan akses ke berbagai fitur analitik yang membantu UMKM memahami tren pasar, perilaku pelanggan, dan strategi penjualan. Dengan demikian, Blibli tidak hanya bertindak sebagai platform penjualan, tetapi juga sebagai mitra pertumbuhan bagi pelaku usaha lokal.

4. Inovasi yang berkelanjutan menjadi fondasi utama dalam strategi jangka panjang Blibli. Inovasi ini diterapkan dalam berbagai aspek, mulai dari pengembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan rekomendasi produk yang lebih personal kepada pelanggan, pemanfaatan sistem logistik berbasis data real-time untuk efisiensi pengiriman, hingga peningkatan antarmuka pengguna yang intuitif dan ramah pengguna. Blibli juga berinvestasi dalam teknologi keamanan siber untuk melindungi data pelanggan dan transaksi digital secara menyeluruh. Melalui pendekatan inovatif ini, Blibli berkomitmen untuk selalu berada di garis depan industri teknologi dan e-commerce.
5. Selain aspek layanan dan teknologi, Blibli juga membangun budaya kerja internal yang profesional, kolaboratif, dan berorientasi pada pelanggan. Blibli percaya bahwa kesuksesan jangka panjang perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas dan kesejahteraan sumber daya manusianya. Oleh karena itu, perusahaan secara aktif mengembangkan program pelatihan, pengembangan karier, dan sistem penghargaan yang adil. Setiap karyawan didorong untuk berinovasi, berbagi ide, dan bekerja lintas divisi dalam menciptakan solusi terbaik bagi pelanggan. Budaya kerja ini juga mendorong akuntabilitas, transparansi, dan semangat kebersamaan di lingkungan kerja.

Dengan menggabungkan visi yang kuat dan misi yang komprehensif, Blibli terus menempatkan diri sebagai pelaku utama dalam ekosistem digital Indonesia. Perusahaan tidak hanya tumbuh sebagai entitas bisnis yang kompetitif, tetapi juga sebagai agen perubahan yang berperan aktif dalam membentuk masa depan industri perdagangan digital nasional. Melalui langkah-langkah strategis dan berkelanjutan, Blibli berkomitmen untuk menghadirkan nilai lebih bagi pelanggan, mitra bisnis, karyawan, dan seluruh pemangku kepentingan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.3 menjelaskan PT. Global Digital Niaga (Blibli.com) dipimpin oleh seorang Chief Executive Officer (CEO) yang memegang peran utama dalam menentukan arah strategis perusahaan, mengelola seluruh sumber daya, dan menjadi penghubung antara dewan direksi serta seluruh operasional organisasi. Setiap divisi dipimpin oleh eksekutif masing-masing dan memiliki tanggung jawab spesifik sesuai fungsinya.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Blibli

Sumber: [6]

Berikut ini rangkuman peran dan tanggung jawab utama dari masing – masing divisi:

1. Trade Partnership

Divisi Trade Partnership memiliki tanggung jawab utama dalam membangun dan memelihara hubungan strategis dengan mitra eksternal, baik dari sisi merchant maupun penyedia layanan logistik. Fungsi utama divisi ini meliputi pengelolaan hubungan dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*), pengembangan kerja sama jangka panjang, serta promosi

investasi untuk meningkatkan nilai kemitraan perusahaan. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam melakukan pelaporan kinerja dan kegiatan pemantauan media yang relevan dengan aktivitas bisnis Blibli. Dengan keberadaan divisi ini, Blibli dapat menjaga stabilitas dan kesinambungan pasokan produk serta layanan kepada pelanggan, yang menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam persaingan pasar e-commerce yang semakin kompetitif. Divisi ini juga menjadi garda terdepan dalam menjaga reputasi perusahaan melalui relasi bisnis yang sehat dan profesional..

2. Business to Business (B2B)

Divisi B2B berfokus pada pengembangan peluang bisnis yang lebih luas, yang berarti divisi ini berperan untuk meningkatkan kontribusi bisnis yang lebih besar melalui kemitraan strategis antar perusahaan. Nilai tambah yang dimaksud mencakup perluasan akses pasar, penghematan biaya melalui kolaborasi logistik, peningkatan efisiensi operasional melalui integrasi sistem antara Blibli dan mitra, serta penciptaan produk atau layanan baru yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra bisnis. Tim ini mengelola proyek-proyek strategis yang bertujuan mendukung pertumbuhan pendapatan perusahaan, dengan cara memperluas kerja sama dengan institusi lain, perusahaan grosir, dan partner bisnis korporat. Mereka juga berperan dalam mendesain solusi berbasis kebutuhan mitra untuk menciptakan hubungan jangka panjang dan berkelanjutan antar pelaku bisnis. B2B memegang peranan penting dalam menjangkau segmen pasar korporat yang memiliki kebutuhan khusus serta volume transaksi yang besar, menjadikannya salah satu sumber pendapatan penting di luar pasar ritel individu. Selain itu, divisi ini terus melakukan evaluasi efektivitas kerja sama dan menyusun strategi peningkatan layanan khusus untuk mitra bisnis yang potensial.

3. Marketing

Divisi Marketing bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran dan komunikasi eksternal perusahaan. Ini mencakup perencanaan, pengembangan, serta eksekusi kampanye iklan dan promosi yang ditujukan untuk meningkatkan brand awareness, loyalitas pelanggan, dan penetrasi pasar. Divisi ini juga memanfaatkan berbagai kanal digital dan konvensional untuk menjangkau target audiens serta melakukan riset pasar guna memahami perilaku konsumen. Dengan strategi pemasaran yang efektif dan kreatif, divisi ini membantu Blibli memperkuat posisi brand-nya di tengah persaingan ketat dengan platform e-commerce lain di Indonesia. Tim ini juga berperan penting dalam mengelola citra perusahaan dan beradaptasi dengan tren konsumen yang selalu berubah.

4. Operations

Divisi Operations menangani semua aspek operasional perusahaan, mulai dari perencanaan proses bisnis hingga implementasi dan evaluasi. Divisi ini memiliki peran penting dalam memastikan sistem operasional berjalan efisien dan efektif, baik dalam pemrosesan pesanan, pengelolaan logistik, layanan pelanggan, maupun pengendalian kualitas layanan. Kinerja tim operasional sangat menentukan kelancaran layanan Blibli kepada konsumen. Dengan adanya sistem kerja yang solid dan terstruktur dari divisi ini, pengalaman pelanggan dalam menggunakan platform Blibli dapat tetap terjaga secara konsisten. Setiap elemen kecil dari operasional, mulai dari pengemasan barang hingga waktu pengiriman, dikelola dengan ketelitian tinggi agar kepuasan pelanggan selalu terjaga.

5. Business Development

Business Development memiliki peran utama dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang pertumbuhan bisnis, termasuk pengembangan pasar baru, perluasan jaringan mitra, dan penetapan target penjualan. Tim ini melakukan riset pasar secara rutin untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen, serta menyusun strategi jangka panjang agar

perusahaan dapat bersaing dan berkembang secara berkelanjutan. Inovasi dan ide-ide segar sering kali berasal dari divisi ini, sehingga mampu membuka peluang bisnis baru yang menjanjikan bagi keberlangsungan dan ekspansi perusahaan. Selain itu, divisi ini juga bekerja erat dengan divisi teknologi dan marketing untuk mewujudkan inisiatif bisnis baru dalam bentuk produk digital dan fitur-fitur unggulan.

6. Finance, Legal & Platforms

Divisi ini memegang kendali atas stabilitas dan kepatuhan finansial perusahaan. Tim Finance bertugas mengatur alokasi anggaran, merancang strategi peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya, serta mengelola laporan keuangan. Sementara itu, bagian Legal bertanggung jawab memastikan seluruh kegiatan bisnis berjalan sesuai hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk menangani kontrak, lisensi, dan isu kepatuhan. Platform Management mendukung keberlanjutan sistem internal perusahaan agar tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan. Ketiga elemen ini bekerja secara sinergis untuk mendukung keberlangsungan bisnis perusahaan secara menyeluruh dan menjamin bahwa operasional Blibli dilakukan secara bertanggung jawab. Keberadaan divisi ini juga sangat vital dalam pengambilan keputusan strategis yang berbasis hukum dan kalkulasi keuangan yang akurat.

7. Program Management

Divisi ini berfungsi sebagai pengarah lintas departemen dalam pelaksanaan program-program strategis perusahaan. Mereka bertanggung jawab memastikan bahwa setiap program atau proyek yang dijalankan oleh berbagai divisi selaras dengan tujuan organisasi. Selain itu, divisi ini juga menetapkan indikator kinerja, melakukan evaluasi proyek, serta mengatur prioritas sumber daya agar hasil yang dicapai optimal dan efisien. Program Management juga berfungsi sebagai penjaga konsistensi visi misi perusahaan agar tetap tercermin dalam pelaksanaan berbagai

kegiatan lintas divisi. Kegiatan koordinasi dan monitoring yang dilakukan oleh tim ini menjadi kunci dalam menjaga semua proyek tetap berjalan di jalurnya.

8. Technology

Divisi Teknologi merupakan pusat inovasi digital perusahaan. Tim ini fokus pada pengembangan perangkat lunak, pengelolaan infrastruktur teknologi, serta analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Selain itu, mereka juga mengelola keamanan sistem dan memastikan bahwa seluruh teknologi yang digunakan selalu diperbarui dan berjalan stabil. Kolaborasi erat dengan divisi lain sangat diperlukan untuk menyusun solusi teknologi yang sesuai kebutuhan bisnis. Teknologi menjadi fondasi utama dari layanan e-commerce Blibli, sehingga pembaruan sistem dan pengembangan fitur menjadi aktivitas rutin yang sangat krusial. Tim ini juga terus mengembangkan kemampuan teknologi internal agar dapat mengikuti dinamika perubahan industri digital yang sangat cepat.

9. People Operations & General Services

Divisi ini menangani seluruh aspek sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, pelatihan, pengembangan karyawan, hingga manajemen kinerja. Selain itu, layanan umum seperti pengelolaan fasilitas kantor, logistik internal, dan keamanan juga menjadi tanggung jawab mereka. Divisi ini memastikan bahwa seluruh kegiatan perusahaan berjalan dalam lingkungan kerja yang sehat, produktif, dan sesuai dengan nilai-nilai budaya perusahaan. Dukungan dari divisi ini menciptakan suasana kerja yang kondusif dan mendukung tercapainya kinerja terbaik dari seluruh tim di berbagai unit kerja. Mereka juga berperan dalam membentuk program

kesejahteraan dan pengembangan karier karyawan yang dapat meningkatkan retensi dan semangat kerja.

10. Internal Audit

Divisi Internal Audit memiliki fungsi penting dalam menjaga kepatuhan dan integritas operasional perusahaan. Mereka bertugas melakukan pemeriksaan berkala terhadap sistem keuangan, kebijakan internal, serta prosedur operasional, guna memastikan bahwa semua aktivitas perusahaan berjalan sesuai standar dan tidak menyimpang dari regulasi yang berlaku. Hasil audit ini menjadi dasar bagi manajemen dalam melakukan perbaikan atau penyempurnaan sistem kerja di seluruh lini perusahaan. Divisi ini juga berfungsi sebagai pengawas independen yang menjaga transparansi, akuntabilitas, serta efektivitas kebijakan perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan adanya audit internal yang ketat, perusahaan dapat meminimalkan risiko operasional dan menjaga kepercayaan stakeholder.

11. *IT Asset Management and Tech Support*

Secara umum, lingkup kerja IT Asset Management mencakup proses perencanaan, pengadaan, pendataan, pemeliharaan, penghapusan (disposal), dan pelaporan aset IT, seperti laptop, desktop, server, perangkat jaringan, serta perangkat pendukung lainnya. Sebagai *intern* di divisi ini, penulis tidak hanya berperan sebagai pelaksana administratif, tetapi juga terlibat langsung dalam proses analisis, validasi, serta visualisasi data aset IT, dengan tujuan meningkatkan efisiensi manajemen aset secara menyeluruh. Mahasiswa juga diberikan kesempatan untuk memahami alur koordinasi antarunit, mengenal sistem kerja perusahaan berbasis teknologi, serta mengembangkan keterampilan teknis seperti

penggunaan Python untuk otomasi analitik data dan pembuatan laporan berbasis visual.