

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Blibli merupakan salah satu platform *e-commerce* yang menempati posisi penting dalam perkembangan industri digital di Indonesia. Perusahaan ini resmi didirikan pada tahun 2011 oleh Kusumo Martanto, Martin Hartono, Lisa Widodo, Hendry, dan Lay Ridwan Gautama di bawah naungan Djarum Group, salah satu konglomerasi terbesar di Indonesia. Kehadiran Blibli pada awal tahun 2010 menjadi respons terhadap tren digitalisasi dan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, yang pada saat itu mulai mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat dari sistem konvensional ke belanja daring. Sejak awal berdiri, Blibli mengusung komitmen untuk memberikan pengalaman berbelanja yang aman, nyaman, dan terpercaya, sehingga dapat menjadi salah satu pelopor *e-commerce* lokal yang mampu bersaing dengan pemain global.



Gambar 2.1 Logo perusahaan Blibli

Seiring dengan perjalanan perusahaannya, Blibli juga membangun citra merek yang kuat melalui identitas visual berupa logo. Pada awal berdirinya, logo Blibli menampilkan ikon tas belanja dengan wajah tersenyum berwarna biru cerah, yang mencerminkan kepercayaan, profesionalisme, dan keramahan layanan. Identitas visual ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol perusahaan, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai yang ingin dihadirkan Blibli kepada konsumen: belanja daring yang menyenangkan, aman, dan mudah diakses oleh siapa saja.

Berkat kesederhanaan dan daya tarik visualnya, logo tersebut dengan cepat melekat di benak masyarakat dan menjadikan Blibli mudah dikenali di tengah kompetisi ketat industri e-commerce.

Pada tahun 2023, tepat saat merayakan ulang tahun ke-12, Blibli memperkenalkan penyegaran identitas visual dengan meluncurkan logo baru yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 [17]. Penyegaran ini menjadi simbol dari babak baru perjalanan Blibli sebagai ekosistem perdagangan dan gaya hidup omnichannel yang terintegrasi. Dengan mengusung semangat “Simplify to Amplify”, logo baru ini menekankan kesederhanaan, fleksibilitas, dan keteraturan dalam layanan. Ikon tas belanja kini diisi dengan elemen lingkaran, segitiga, dan kotak berwarna-warni yang merepresentasikan keberagaman kebutuhan pelanggan, sementara warna biru yang lebih dinamis menggambarkan semangat progresif dan inovatif. Tipografi kokoh yang digunakan mempertegas komitmen Blibli dalam membangun bisnis yang kuat dan berkelanjutan. Penyegaran logo juga menjadi representasi dari integrasi ekosistem Blibli bersama tiket.com dan Ranch Market, yang memungkinkan konsumen memenuhi hingga 90% kebutuhan mereka dalam satu platform.

Pada fase awal operasional, Blibli berfokus menjalin kerja sama dengan berbagai merek ternama agar dapat menawarkan produk-produk oriinal dan berkualitas tinggi. Langkah strategis ini berhasil menumbuhkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai e-commerce premium dengan standar layanan yang terjamin. Seiring perkembangannya, Blibli memperluas kategori produk hingga mencakup lebih dari 15 segmen, antara lain handphone dan tablet, komputer dan laptop, elektronik rumah tangga, fashion pria dan wanita, kesehatan dan kecantikan, kebutuhan ibu dan anak, olahraga, home & living, mainan dan video game, otomotif, hingga galeri produk Indonesia. Perkembangan Blibli tidak berhenti pada perluasan produk, melainkan juga diwujudkan melalui inovasi digital. Perusahaan meluncurkan aplikasi mobile untuk memberikan akses belanja yang lebih praktis dan cepat, sekaligus menghadirkan program loyalitas pelanggan bernama Blibli Rewards yang menawarkan berbagai

keuntungan eksklusif. Selain itu, Blibli juga memperluas jangkauan bisnisnya ke sektor business-to-business (B2B) serta mengembangkan kanal omni-channel dengan menggandeng mitra ritel dan brand internasional. Inovasi ini menunjukkan bahwa Blibli tidak hanya berfungsi sebagai marketplace, melainkan juga bertransformasi menjadi ekosistem digital yang mendukung berbagai kebutuhan konsumen maupun mitra bisnis.

Pada tahun 2017 menjadi tonggak penting dalam perjalanan Blibli melalui akuisisi Tiket.com, salah satu perusahaan terkemuka di bidang pemesanan tiket perjalanan dan hiburan. Akuisisi ini memperluas cakupan bisnis Blibli ke sektor gaya hidup digital, memperkuat diversifikasi portofolio, dan mempertegas posisinya sebagai pemain kunci dalam industri digital Indonesia. Kemudian pada tahun 2022, Blibli resmi melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham “BELI”. Langkah penawaran umum perdana (IPO) ini tidak hanya menjadi pencapaian besar dalam hal permodalan, tetapi juga menunjukkan komitmen Blibli untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta memperkuat posisinya sebagai perusahaan publik yang terpercaya. Hingga pada saat tahun 2025, Blibli telah memperluas jangkauan bisnisnya melalui pengoperasian lebih dari 223 gerai ritel elektronik konsumen di berbagai kota besar di Indonesia. Gerai-gerai tersebut terdiri atas toko bermerek tunggal maupun multi-merek, hasil kolaborasi dengan brand global seperti Apple dan Samsung. Kehadiran gerai offline ini merupakan bagian dari strategi omni-channel yang bertujuan mengintegrasikan pengalaman belanja daring dan luring, sehingga konsumen memiliki fleksibilitas lebih dalam bertransaksi. Selain itu, Blibli juga membangun jaringan logistik modern dengan gudang yang terintegrasi serta layanan pengiriman mandiri melalui BES Paket, disertai kolaborasi dengan sejumlah mitra logistik eksternal. Dukungan infrastruktur tersebut memungkinkan Blibli menjangkau lebih dari 400 kota di seluruh Indonesia, mempercepat proses distribusi, serta menjaga kualitas layanan agar tetap konsisten.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia, Blibli memiliki visi dan misi yang menjadi landasan utama dalam menjalankan seluruh kegiatan bisnis dan pengembangannya. Visi dan misi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pedoman strategis, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai inti yang dipegang oleh perusahaan dalam menghadirkan layanan berkualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Seluruh elemen organisasi, mulai dari jajaran manajemen hingga tim operasional, berkomitmen untuk mewujudkan visi dan misi ini secara konsisten dalam setiap aspek kegiatan perusahaan [10].

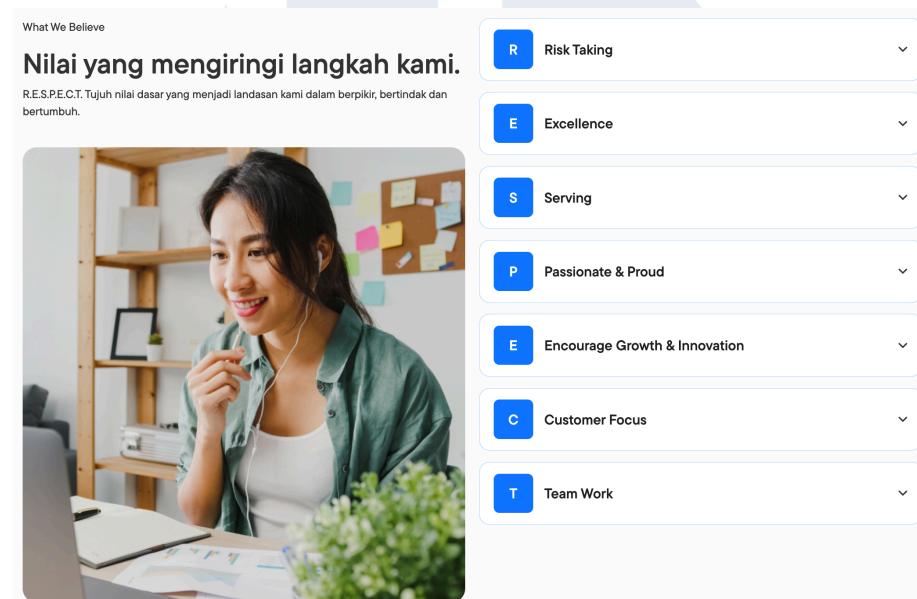
Blibli memiliki visi “Menjadi ekosistem perdagangan pilihan bagi konsumen dan institusi”. Visi ini menggambarkan tekad Blibli untuk menjadi platform yang tidak hanya melayani kebutuhan transaksi individu, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi berbagai institusi bisnis. Dengan mengusung konsep ekosistem perdagangan, Blibli berupaya menciptakan keterhubungan antara berbagai sektor mulai dari ritel, logistik, pembayaran, hingga layanan *lifestyle* dalam satu wadah terintegrasi. Visi ini juga mencerminkan Blibli untuk menjadi pilihan utama bagi konsumen dan mitra bisnis di tengah pesatnya transformasi digital.

Sedangkan misi Blibli adalah “Menjadi platform perdagangan dan gaya hidup yang dilakukan melalui omnichannel yang terpercaya”. Misi ini mempertegas arah operasional Blibli dalam membangun platform yang menggabungkan dunia daring (*online*) dan luring (*offline*) secara terpadu. Melalui pendekatan omnichannel, Blibli berkomitmen memberikan pengalaman belanja yang *seamless*, di mana konsumen dapat berinteraksi dengan merek dan produk melalui berbagai kanal tanpa hambatan. Kepercayaan menjadi fondasi utama dari misi ini, diwujudkan melalui penyediaan produk oriinal, sistem pembayaran yang aman, layanan pelanggan yang responsif, serta dukungan logistik yang memadai. Selain itu, misi ini juga menunjukkan peran Blibli sebagai bagian dari gaya hidup

modern masyarakat, bukan hanya sebagai marketplace, tetapi sebagai ekosistem yang memenuhi beragam kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih mudah dan efisien.

2.1.2 Budaya Perusahaan

Dalam menjalankan operasional bisnisnya, Blibli berpegang teguh pada tujuh nilai dasar perusahaan yang dirangkum dalam akronim R.E.S.P.E.C.T. yang dapat dilihat pada Gambar 2.2 di bawah ini.



Gambar 2.2 Nilai-nilai perusahaan Blibli

Nilai-nilai ini menjadi fondasi dalam setiap langkah Blibli, mulai dari proses pengambilan keputusan, pengembangan produk, hingga cara berinteraksi dengan pelanggan, mitra bisnis, dan sesama karyawan. Bagi Blibli, nilai-nilai tersebut bukan sekadar pedoman tertulis, melainkan budaya yang hidup dan menjadi panduan utama bagi seluruh karyawan, atau yang dikenal dengan sebutan *bliblioneers*, dalam berpikir, bertindak, dan bertumbuh bersama perusahaan. Ke tujuh nilai-nilai ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1) Risk Taking

Blibli percaya bahwa setiap peluang besar lahir dari keberanian untuk mengambil risiko. Dalam dunia *e-commerce* yang dinamis dan

kompetitif, keberanian menjadi faktor penting dalam menggerakkan inovasi. Nilai *risk taking* mencerminkan komitmen Blibli untuk tidak takut menghadapi ketidakpastian demi menciptakan pengalaman berbelanja yang terbaik bagi pelanggan. Melalui pendekatan ini, Blibli senantiasa berani mengeksplorasi ide-ide baru, melakukan eksperimen terhadap model bisnis yang adaptif, serta mengambil langkah strategis untuk mengembangkan ekosistem digital yang lebih luas. Sikap berani mengambil risiko ini juga menjadi pendorong utama bagi perusahaan untuk terus berevolusi dan menghadirkan solusi yang relevan bagi kebutuhan pasar.

2) *Excellence*

Nilai *excellence* mencerminkan semangat Blibli untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap aspek pekerjaan. Setiap hari dihadapi sebagai kesempatan untuk berkembang dan meningkatkan kualitas diri, baik secara individu maupun sebagai organisasi. Blibli menanamkan budaya kerja yang berorientasi pada keunggulan, di mana setiap tantangan dianggap sebagai peluang untuk menciptakan inovasi baru dan menyempurnakan layanan yang ada. Melalui dedikasi terhadap kualitas dan profesionalisme, Blibli berkomitmen untuk menghadirkan produk serta layanan dengan mutu tinggi yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan sekaligus memperkuat reputasi perusahaan sebagai salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia.

3) *Serving*

Nilai *serving* merupakan cerminan budaya saling mendukung dan melayani dengan ketulusan. Bagi Blibli, melayani bukan hanya sebatas memberikan layanan kepada pelanggan, tetapi juga memperlakukan sesama rekan kerja dengan empati dan rasa hormat. Para *bliblioneers* diajarkan untuk saling menopang, memberikan bantuan ketika ada rekan yang mengalami kesulitan, dan menciptakan

lingkungan kerja yang inklusif serta supportif. Semangat melayani ini juga diterapkan dalam setiap interaksi dengan pelanggan, di mana Blibli berupaya untuk memahami kebutuhan mereka secara mendalam dan memberikan solusi yang tulus serta bernilai. Dengan mengedepankan nilai ini, Blibli menunjukkan komitmennya dalam membangun hubungan yang harmonis, baik di internal perusahaan maupun dengan masyarakat luas.

4) *Passionate & Proud*

Nilai *passionate & proud* menggambarkan semangat kerja yang berapi-api dan rasa bangga terhadap kontribusi yang diberikan. Blibli menanamkan motivasi kepada seluruh karyawannya untuk bekerja dengan penuh semangat, melampaui zona nyaman, dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan. Rasa bangga muncul ketika setiap individu berhasil menciptakan hasil kerja yang membawa manfaat, baik bagi pelanggan maupun bagi kemajuan perusahaan. Bagi Blibli, kebanggaan sejati tidak hanya datang dari pencapaian besar, tetapi juga dari dedikasi dalam setiap proses dan upaya kecil yang dilakukan dengan sepenuh hati. Nilai ini menjadi energi penggerak yang menjaga semangat inovasi dan komitmen perusahaan dalam memberikan layanan terbaik.

5) *Encourage Growth & Innovation*

Blibli meyakini bahwa pertumbuhan dan inovasi merupakan dua elemen yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Melalui nilai ini, perusahaan mendorong seluruh karyawan untuk terus belajar, mengembangkan keterampilan, serta menciptakan ide-ide baru yang dapat membawa perubahan positif. Lingkungan kerja di Blibli dirancang agar setiap individu memiliki ruang untuk bereksperimen, mengeksplorasi teknologi baru, dan menemukan solusi kreatif bagi tantangan bisnis. Budaya ini menjadi kunci bagi Blibli untuk tetap

relevan di tengah cepatnya perubahan industri digital dan memastikan keberlanjutan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang.

6) *Customer Focus*

Fokus pada pelanggan merupakan inti dari seluruh strategi dan inovasi Blibli. Melalui nilai tersebut, perusahaan berupaya untuk memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam dan menempatkannya sebagai pusat dari setiap proses pengambilan keputusan. Setiap pengembangan produk, sistem, maupun kebijakan diarahkan untuk menjawab pertanyaan utama “Apa yang dibutuhkan pelanggan kami?”. Pendekatan ini memungkinkan Blibli untuk terus berinovasi dan memperbaiki kualitas layanan, serta dapat memasikan setiap interaksi dengan pelanggan menghasilkan pengalaman yang menyenangkan, efisien, dan bernilai tinggi. Dengan menempatkan pelanggan sebagai prioritas utama, Blibli dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas para pelanggan.

7) *Team Work*

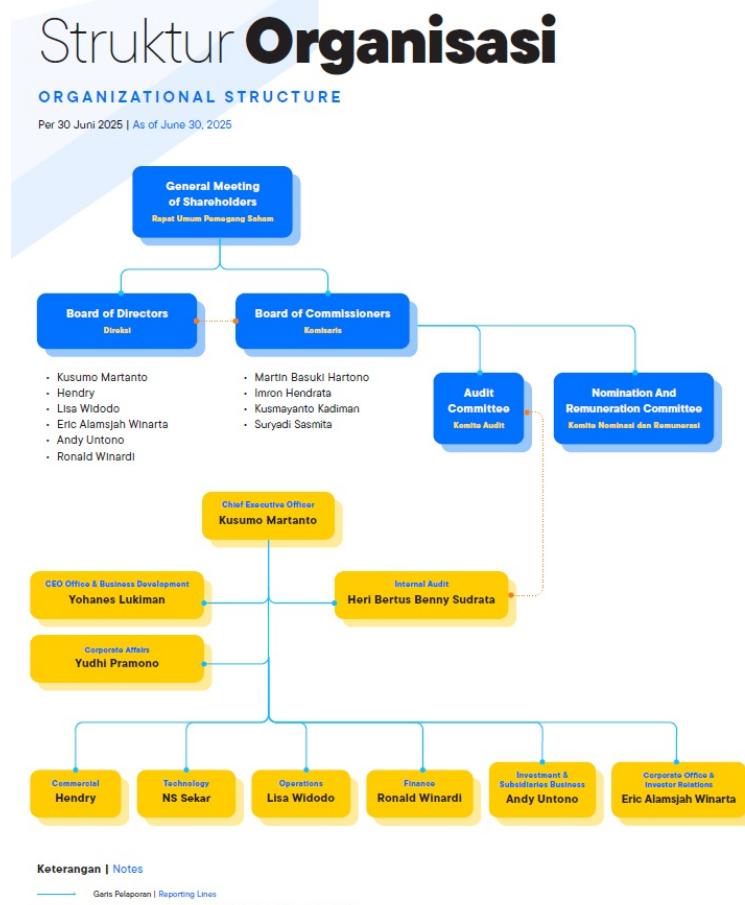
Nilai terakhir, *team work* menjadi dasar bagi seluruh aktivitas dan budaya kolaborasi di Blibli. Perusahaan menyadari bahwa kesuksesan tidak dapat dicapai secara individual, melainkan melalui kerja sama yang solid antar tim, penjual, dan pelanggan. Melalui kolaborasi yang erat, setiap ide dapat dikembangkan dengan lebih efektif, setiap tantangan dapat diatasi dengan solusi bersama, dan setiap keberhasilan dapat diraih secara kolektif. Nilai ini juga mendorong terciptanya komunikasi terbuka, rasa saling percaya, serta semangat gotong royong dalam mencapai tujuan bersama.

Secara keseluruhan, tujuh nilai utama yang terangkum dalam R.E.S.P.E.C.T. menjadi dasar bagi Blibli dalam membangun budaya perusahaan yang kuat, adaptif, dan berorientasi pada manusia. Nilai-nilai ini menegaskan bahwa keberhasilan Blibli tidak hanya diukur dari pencapaian finansial, tetapi juga dari bagaimana perusahaan mampu mempertahankan

integritas, memperkuat kolaborasi, dan memberikan dampak positif bagi pelanggan serta masyarakat Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) dirancang untuk mendukung efektivitas koordinasi antar bagian dan memastikan seluruh kegiatan operasional berjalan secara efisien serta terarah. Struktur ini menggunakan pendekatan fungsional dan kolaboratif, di mana setiap unit memiliki tanggung jawab spesifik yang saling berkaitan dalam mencapai tujuan perusahaan. Dengan sistem pelaporan yang terstruktur dan mekanisme komunikasi lintas divisi, Blibli mampu menjaga keseimbangan antara strategi korporasi, pengawasan internal, serta pelaksanaan kegiatan bisnis sehari-hari.



Gambar 2.3 Struktur organisasi perusahaan Blibli

Struktur organisasi perusahaan secara umum dapat dilihat pada Gambar 2.3, yang menampilkan hubungan koordinasi antarbagian dan pembagian fungsi utama di dalam perusahaan. Struktur ini terdiri atas dua kelompok besar, yaitu unit pendukung strategis (strategic & executive support units) dan divisi fungsional (functional divisions). Pembagian ini dibuat berdasarkan perbedaan peran dan ruang lingkup tanggung jawab dalam mendukung kegiatan perusahaan. Untuk penjelasan lebih detail mengenai masing-masing unit dan divisi yang terdapat dalam struktur organisasi PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli), dapat dijabarkan sebagai berikut.

2.2.1 Unit Pendukung Strategis

Kelompok unit ini berperan langsung dalam mendukung pimpinan eksekutif perusahaan, khususnya dalam hal perencanaan strategis, pengawasan internal, dan pengelolaan hubungan eksternal. Unit-unit ini berfungsi sebagai penggerak arah kebijakan dan penjamin tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*).

1) CEO Office & Business Development

Unit ini memiliki peran strategis dalam mendukung pengambilan keputusan tingkat eksekutif dan pengembangan bisnis baru. Fungsi utamanya mencakup penyusunan rencana strategis perusahaan, analisis pasar, serta identifikasi peluang pertumbuhan melalui kemitraan dan inovasi bisnis. Selain itu, unit ini juga mengoordinasikan inisiatif lintas divisi untuk memastikan bahwa setiap kegiatan operasional sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Dengan kata lain, berfungsi sebagai pusat perencanaan dan inovasi korporasi yang menghubungkan strategi jangka panjang dengan implementasi operasional.

2) Corporate Affairs

Unit ini berperan penting dalam membangun dan menjaga hubungan perusahaan dengan pihak eksternal, seperti regulator, mitra bisnis, media, dan masyarakat. Unit ini juga bertanggung jawab

terhadap pengelolaan komunikasi korporat, kepatuhan terhadap regulasi, serta pengawasan terhadap implementasi nilai dan etika bisnis perusahaan. Selain itu, *corporate affairs* juga menjalankan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan, yang menjadi bagian penting dari komitmen Blibli dalam mendukung *sustainability*. Melalui kegiatan komunikasi dan hubungan publik yang transparan, unit ini membantu memperkuat reputasi perusahaan di mata publik dan *stakeholders*.

3) *Internal Audit*

Internal audit berperan sebagai pengawas independen dalam organisasi. Unit ini bertugas memastikan bahwa seluruh proses bisnis, operasional, dan keuangan dijalankan sesuai dengan kebijakan internal serta regulasi yang berlaku. Melalui kegiatan audit berkala, unit ini menilai efektivitas sistem pengendalian internal, mengidentifikasi potensi risiko, dan memberikan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan efisiensi serta integritas proses kerja. *Internal audit* juga menjadi mitra strategis bagi manajemen dalam menjaga transparansi dan akuntabilitas, sehingga seluruh aktivitas perusahaan dapat berlangsung secara konsisten dan terukur.

2.2.2 Divisi Fungsional

Divisi fungsional merupakan bagian utama yang menjalankan kegiatan sehari-hari Blibli. Setiap divisi memiliki tanggung jawab spesifik untuk memastikan seluruh sistem dapat berfungsi dengan baik. Koordinasi antar divisi ini menjadi kunci dalam menjaga efisiensi dan kualitas layanan Blibli secara keseluruhan.

1) *Commercial Division*

Divisi ini bertanggung jawab dalam mengelola aktivitas penjualan, pengadaan produk, serta kerja sama dengan para mitra penjual (*merchant*). Fokus utamanya adalah memastikan ketersediaan produk berkualitas, pengaturan harga yang kompetitif, serta hubungan

jangka panjang dengan mitra brand maupun pemasok. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam mengidentifikasi tren pasar dan merancang strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan. Divisi ini menjadi salah satu motor utama pendapatan perusahaan.

2) *Technology Division*

Divisi ini menjadi fondasi digital yang menopang seluruh ekosistem Blibli. Divisi ini mengelola pengembangan dan pemeliharaan sistem teknologi informasi, termasuk *website*, aplikasi *mobile*, *cybersecurity*, serta infrastruktur *database*. Adanya divisi ini memastikan bahwa seluruh platform Blibli beroperasi dengan stabil, aman, dan mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pasar yang dinamis.

3) *Operations Division*

Divisi *operations* berfokus pada pengelolaan *supply chain*, *logistics*, dan distribusi produk kepada pelanggan di seluruh wilayah Indonesia. Tak hanya itu, tetapi juga bertanggungjawab terhadap operasional kantor. Divisi ini juga melakukan analisis data serta automasi. Dalam konteks efisiensi, divisi ini berperan penting dalam memastikan setiap menopang operasional perusahaan sesuai standar kualitas yang telah ditetapkan.

4) *Finance Division*

Divisi ini mengelola seluruh aspek finansial perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, sampai dengan pelaporan keuangan. Divisi ini juga bertanggung jawab terhadap pengelolaan investasi, perhitungan pajak, dan pemantauan biaya operasional. Melalui penerapan sistem keuangan yang transparan dan efisien, divisi ini memastikan bahwa seluruh kegiatan bisnis perusahaan berjalan dengan stabil

5) *Investment & Subsidiaries Business Division*

Divisi ini menangani pengelolaan portofolio investasi strategis dan mengawasi kinerja anak perusahaan yang tergabung dalam

ekosistem Blibli Group. Tugas utamanya adalah memastikan sinergi antarentitas bisnis agar sejalan dengan visi perusahaan. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab terhadap analisis potensi investasi baru, pengukuran kinerja finansial anak perusahaan, serta pengembangan kolaborasi antarunit bisnis di bawah Blibli.

6) *Corporate Office & Investor Relations*

Divisi ini berperan sebagai penghubung utama antara perusahaan dan investor. Fungsinya meliputi penyampaian informasi yang transparan mengenai kinerja perusahaan, pelaporan publik, serta komunikasi strategi bisnis kepada para pemegang saham dan lembaga keuangan. Divisi ini memastikan bahwa setiap informasi disampaikan secara akurat dan tepat waktu, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Blibli.

