

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT. Global Digital Niaga Tbk, yang lebih dikenal dengan nama Blibli, merupakan salah satu perusahaan e-commerce terdepan di Indonesia di bawah naungan Djarum Group, seperti yang terlihat pada logo di Gambar 2.1. Perusahaan ini resmi berdiri pada tahun 2011 sebagai langkah strategis Djarum Group dalam merespons pesatnya perkembangan digitalisasi dan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Melalui kehadiran Blibli, Djarum Group berupaya memasuki industri perdagangan elektronik dengan visi untuk menyediakan pengalaman berbelanja yang mudah, aman, nyaman, serta terpercaya bagi seluruh masyarakat Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Blibli

Sejak awal berdirinya, Blibli tidak hanya dikembangkan sebagai platform belanja daring, tetapi juga sebagai ekosistem digital yang terpadu. Perusahaan ini menawarkan berbagai layanan yang mencakup beragam kategori produk dan kebutuhan masyarakat, mulai dari elektronik, perlengkapan rumah tangga, kebutuhan harian, produk fashion dan gaya hidup, hingga layanan perjalanan serta solusi bisnis antarperusahaan (B2B). Dengan penerapan strategi omnichannel, Blibli mengintegrasikan kanal online dan offline untuk memberikan kemudahan serta fleksibilitas bagi konsumen dalam mengakses produk dan layanan dari berbagai saluran.

Sebagai salah satu pelopor *e-commerce* lokal, Blibli sejak awal berfokus pada diferensiasi layanan untuk menghadapi persaingan dengan platform sejenis. Keunggulan yang ditawarkan antara lain meliputi layanan pelanggan 24 jam, pengiriman cepat dan andal melalui armada logistik internal bernama Blibli Express Service (BES), beragam metode pembayaran yang aman, kebijakan pengembalian barang yang mudah dan transparan, serta kerja sama eksklusif dengan merek resmi guna menjamin keaslian produk yang dijual.

Dalam perjalanan bisnisnya, Blibli terus memperluas jangkauan melalui strategi kemitraan dan akuisisi. Salah satu pencapaian penting adalah akuisisi Tiket.com, platform pemesanan tiket dan perjalanan digital terkemuka di Indonesia. Langkah ini memperluas layanan Blibli ke sektor pariwisata dan perjalanan, sekaligus memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan digital yang lengkap. Selain itu, Blibli juga memperluas kehadirannya di ritel fisik dengan mengakuisisi jaringan supermarket premium seperti *Ranch Market* dan *Farmers Market*, yang semakin memperkuat penerapan model bisnis *online-to-offline* (O2O) yang menjadi ciri khas perusahaan.



Gambar 2.2 Gedung Sarana Jaya

Sebagai badan hukum, PT. Global Digital Niaga Tbk memiliki sejumlah unit bisnis dan anak perusahaan yang berperan dalam mendukung kegiatan operasional utamanya, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.2. Di antaranya adalah Blibli.com sebagai platform e-commerce utama, Tiket.com yang bergerak di bidang perjalanan, Ranch Market dan Farmers Market di sektor ritel premium, Blibli Express Service (BES) sebagai unit logistik internal, serta layanan B2B yang menyediakan solusi bisnis dan pengadaan bagi perusahaan lain.

Salah satu layanan utama yang dikembangkan oleh PT Global Digital Niaga Tbk adalah *platform* aplikasi Blibli, yang dirancang sebagai ekosistem *omnichannel* untuk mengintegrasikan pengalaman belanja daring dengan layanan ritel fisik secara terpadu. Melalui *platform* ini, Blibli menghadirkan beragam kategori produk yang mencakup kebutuhan sehari-hari, elektronik, produk gaya hidup, hingga barang kebutuhan primer, yang didukung oleh ribuan mitra usaha dan penjual terpercaya yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Aplikasi Blibli dikembangkan dengan tujuan memberikan kemudahan, keamanan, serta kenyamanan maksimal bagi konsumen dalam melakukan aktivitas belanja. Pengguna dapat melakukan pembelian secara daring dengan pilihan metode pembayaran yang beragam dan aman, serta memperoleh layanan pengiriman yang didukung oleh sistem logistik dan distribusi yang terintegrasi. Pendekatan omnichannel yang diterapkan memungkinkan Blibli tidak hanya berfokus pada transaksi digital, tetapi juga mengoptimalkan layanan berbasis fisik melalui berbagai fitur pendukung, seperti *Click & Collect*, layanan pengambilan barang di toko mitra, serta sistem fulfillment internal yang efisien. Dengan menggabungkan keunggulan teknologi digital dan jaringan ritel fisik, Blibli berperan sebagai platform yang menjembatani kebutuhan konsumen modern akan fleksibilitas berbelanja, sekaligus menjadi bagian penting dalam pengembangan ekosistem perdagangan digital di Indonesia.



Gambar 2.3 Tampilan Aplikasi Blibli

Gambar 2.3 menampilkan antarmuka aplikasi Blibli pada halaman utama (*homepage*) saat pengguna membuka aplikasi. Pada tampilan tersebut, pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai fitur yang telah dirancang untuk mendukung pengalaman belanja digital yang nyaman dan terintegrasi. Beragam menu seperti rekomendasi produk personal, kategori belanja, fitur keuangan, layanan pengiriman, hingga promo yang sedang berlangsung disusun secara intuitif untuk mempermudah navigasi dan membantu pengguna menemukan kebutuhan mereka secara efisien antara lain:

a) Rekomendasi Produk Personal

Menyajikan rekomendasi barang yang disesuaikan dengan preferensi dan riwayat belanja pengguna.

b) Kategori Produk

Memudahkan pengguna menjelajahi berbagai jenis produk berdasarkan kategori, seperti elektronik, kebutuhan rumah, fesyen, kecantikan, dan lainnya.

c) *Promo and Flash Sale*

Menampilkan penawaran khusus, potongan harga, dan program Flash Sale yang berlangsung dalam periode tertentu.

d) *Blibli Rewards*

Menyediakan informasi terkait poin yang telah dikumpulkan pengguna dan berbagai reward yang dapat ditukarkan.

e) *Blibli Pocket*

Fitur keuangan terintegrasi dengan blu by BCA Digital untuk kemudahan transaksi dan pengelolaan saldo.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Blibli memiliki visi dan misi yang menjadi dasar utama dalam mengarahkan seluruh kegiatan bisnis serta strategi pengembangannya. Kedua hal tersebut tidak hanya berperan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan, tetapi juga menggambarkan nilai-nilai fundamental yang dipegang teguh oleh perusahaan dalam memberikan layanan terbaik yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Setiap lapisan organisasi, mulai dari jajaran pimpinan hingga karyawan operasional, berupaya menerapkan visi dan misi ini secara konsisten dalam seluruh aktivitas perusahaan.

Blibli menetapkan visinya, yaitu “Menjadi ekosistem perdagangan pilihan bagi konsumen dan institusi”. Pernyataan visi ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk tidak hanya melayani kebutuhan individu, tetapi juga menjadi mitra strategis bagi berbagai pelaku bisnis. Dengan konsep ekosistem perdagangan yang terintegrasi, Blibli berupaya menghubungkan berbagai sektor seperti ritel, logistik, sistem pembayaran, dan layanan gaya hidup dalam satu platform yang saling melengkapi. Visi ini menegaskan tekad Blibli untuk menjadi pilihan utama bagi pelanggan maupun mitra bisnis di tengah perkembangan pesat transformasi digital di Indonesia [8].

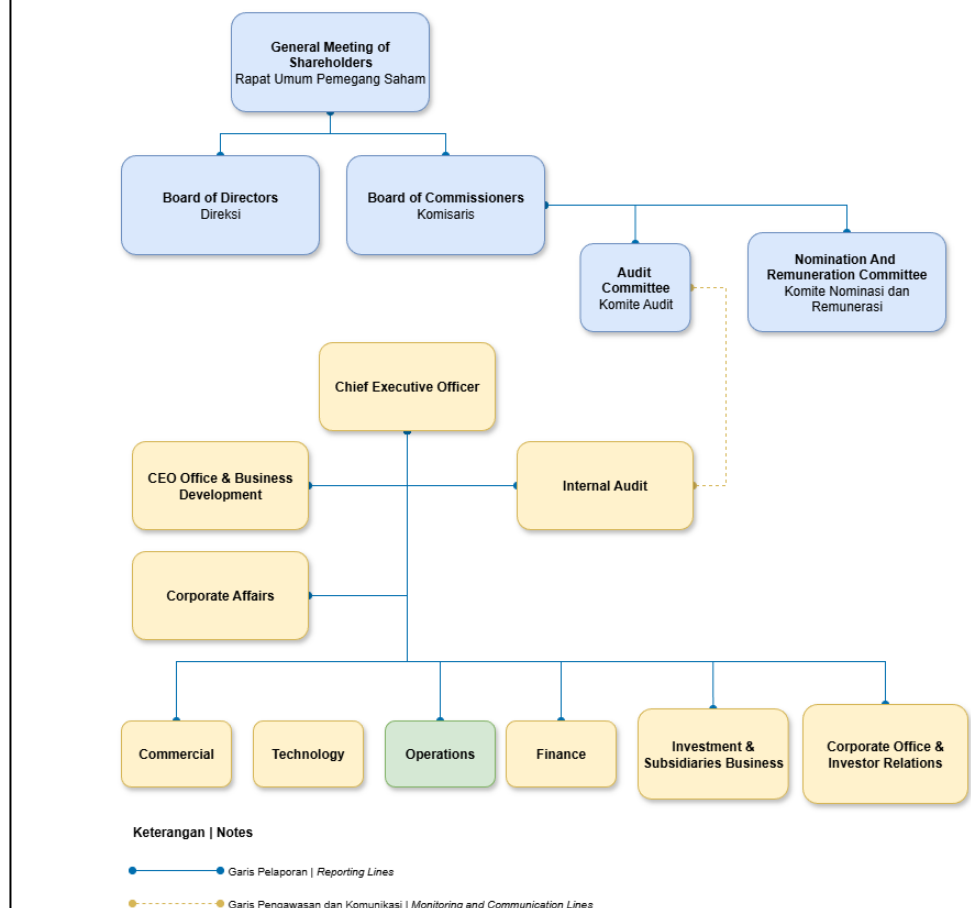
Sementara itu, misi Blibli adalah “Menjadi platform perdagangan dan gaya hidup yang dilakukan melalui omnichannel yang terpercaya.” Misi ini menegaskan arah strategis perusahaan dalam mengintegrasikan pengalaman belanja daring dan luring secara menyeluruh. Melalui pendekatan omnichannel, Blibli berfokus menghadirkan pengalaman berbelanja yang lancar dan konsisten di berbagai saluran. Unsur kepercayaan menjadi fondasi utama dari misi ini, diwujudkan melalui penyediaan produk asli, sistem transaksi yang aman, pelayanan pelanggan yang cepat tanggap, serta dukungan logistik yang efisien. Lebih jauh, misi tersebut menunjukkan bahwa Blibli tidak sekadar berfungsi sebagai *marketplace*, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup modern yang membantu pelanggan memenuhi berbagai kebutuhan mereka dengan lebih praktis dan efisien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) dirancang untuk meningkatkan efektivitas koordinasi antar departemen serta memastikan seluruh aktivitas operasional perusahaan dapat berjalan secara efisien, terarah, dan selaras dengan visi strategis perusahaan. Struktur ini menerapkan pendekatan fungsional yang dikombinasikan dengan pola kerja kolaboratif, di mana setiap divisi memiliki peran, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan fungsi masing-masing. Pembagian struktur tersebut memungkinkan proses pengambilan keputusan dilakukan secara sistematis, sekaligus mendukung fleksibilitas dalam merespons dinamika industri *e-commerce* yang terus berkembang. Selain itu, penerapan sistem pelaporan yang terstruktur dan alur komunikasi yang jelas antar divisi membantu perusahaan dalam menjaga keterpaduan antara perencanaan strategis, pengawasan internal, serta pelaksanaan operasional sehari-hari. Dengan adanya koordinasi lintas fungsi yang baik, Blibli mampu mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, meningkatkan produktivitas kerja, serta memastikan setiap unit kerja berkontribusi secara optimal dalam pencapaian tujuan dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.



Struktur Organisasi PT. Global Digital Niaga



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Global Digital Niaga

Struktur organisasi PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) secara umum terdiri atas dua kelompok utama, yaitu unit pendukung strategis (*strategic & executive support units*) dan divisi fungsional (*functional divisions*), sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.4 yang menggambarkan hubungan koordinasi antarbagian serta pembagian fungsi utama dalam perusahaan. Unit pendukung strategis memiliki peran penting dalam mendukung pimpinan eksekutif, terutama dalam aspek perencanaan strategis, pengawasan internal, serta pengelolaan hubungan eksternal. Beberapa unit dalam kelompok ini antara lain *CEO Office &*

Business Development, yang bertanggung jawab terhadap penyusunan rencana strategis perusahaan, analisis pasar, identifikasi peluang pertumbuhan, serta koordinasi lintas divisi untuk memastikan keselarasan antara visi dan misi perusahaan dengan implementasi operasional. Selanjutnya, *Corporate Affairs* berfungsi membangun dan menjaga hubungan dengan pihak eksternal seperti regulator, mitra bisnis, media, dan masyarakat, sekaligus mengelola komunikasi korporat, kepatuhan terhadap regulasi, serta implementasi nilai dan etika bisnis perusahaan, termasuk kegiatan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari komitmen Bilibli terhadap keberlanjutan. Sementara itu, Internal Audit berperan sebagai pengawas independen yang memastikan seluruh proses bisnis, operasional, dan keuangan berjalan sesuai kebijakan internal serta regulasi yang berlaku, melalui audit berkala untuk menilai efektivitas pengendalian internal dan memberikan rekomendasi perbaikan demi meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas perusahaan.

Adapun divisi fungsional merupakan bagian utama yang menjalankan kegiatan operasional harian Bilibli. Masing-masing divisi memiliki tanggung jawab spesifik untuk menjaga efisiensi dan kualitas layanan perusahaan. Di antaranya, *Commercial Division* berfokus pada pengelolaan penjualan, pengadaan produk, dan kerja sama dengan mitra penjual, termasuk memastikan ketersediaan produk berkualitas, harga kompetitif, serta strategi promosi yang mendorong penjualan. *Technology Division* menjadi fondasi digital perusahaan dengan mengelola sistem teknologi informasi, website, aplikasi, keamanan siber, dan infrastruktur database agar seluruh platform Bilibli tetap stabil, aman, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Operations Division bertanggung jawab atas manajemen rantai pasok, logistik, distribusi produk, serta efisiensi operasional melalui analisis data dan automasi untuk menjaga kualitas layanan. *Finance Division* mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan anggaran, pelaporan keuangan, investasi, hingga perpajakan, guna memastikan stabilitas finansial perusahaan. Selain itu, *Investment & Subsidiaries Business Division* menangani portofolio investasi strategis dan kinerja anak perusahaan dalam ekosistem Bilibli Group agar

tercipta sinergi antarunit bisnis serta pengembangan peluang investasi baru. Terakhir, *Corporate Office & Investor Relations* berperan sebagai penghubung antara perusahaan dan para investor dengan memastikan penyampaian informasi yang transparan dan akurat mengenai kinerja dan strategi bisnis Blibli untuk menjaga kepercayaan publik dan pemangku kepentingan.

2.3 Portfolio Perusahaan

PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) merupakan salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan Djarum *Group* dan bergerak di bidang perdagangan elektronik. Sejak didirikan pada tahun 2011, Blibli telah berkembang menjadi salah satu pelopor *e-commerce* di Indonesia dengan komitmen untuk menghadirkan pengalaman belanja daring yang aman, nyaman, dan berkualitas bagi masyarakat. Dalam perjalanannya, Blibli tidak hanya berfungsi sebagai *platform* jual beli *online*, tetapi juga berperan sebagai penyedia solusi digital yang terintegrasi bagi berbagai mitra bisnis, mulai dari pelaku usaha ritel hingga brand dan penyedia layanan. Melalui pemanfaatan teknologi digital, sistem logistik yang terstruktur, serta penerapan standar layanan yang konsisten, Blibli terus berupaya meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus mendukung pertumbuhan ekosistem perdagangan digital di Indonesia.

2.3.1 Blibli Mitra

Salah satu inisiatif strategis yang menjadi bagian penting dari portofolio PT. Global Digital Niaga Tbk adalah Blibli Mitra. Program ini diluncurkan untuk membantu pemilik toko kelontong, warung, dan pelaku usaha mikro agar dapat bertransformasi ke arah digital seperti yang ditampilkan pada Gambar 2.5. Melalui aplikasi Blibli Mitra, para pemilik usaha kecil dapat membeli produk grosir dengan harga kompetitif, menjual berbagai produk digital seperti pulsa, token listrik, paket data, dan pembayaran tagihan, serta memperoleh dukungan logistik dari ekosistem Blibli [8]. Program ini menjadi jembatan bagi pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi digital tanpa perlu memiliki infrastruktur *e-commerce* yang kompleks.



Gambar 2. 5 Blibli Mitra

Selain menyediakan akses ke berbagai produk, Blibli Mitra juga menawarkan sistem yang mudah digunakan serta dukungan operasional seperti pengiriman cepat melalui Blibli Express Service (BES) dan layanan pembayaran aman melalui sistem digital Blibli. Dengan pendekatan ini, Blibli tidak hanya berperan sebagai platform jual beli, tetapi juga sebagai mitra pengembangan ekonomi lokal yang membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka di era digital. Lebih dari sekadar aplikasi dagang, Blibli Mitra juga menjadi bagian dari ekosistem *omnichannel* Blibli, yang menghubungkan penjual tradisional dengan pasar online secara langsung. Melalui sinergi ini, Blibli berkomitmen mendukung pemerataan ekonomi digital dan memperkuat posisi UMKM di tengah transformasi teknologi yang semakin cepat.

2.3.2 Blibli Instore dan Click & Collect

Sebagai bagian dari strategi *omnichannel*-nya, Blibli menghadirkan layanan Blibli Instore dan Click & Collect untuk menyatukan pengalaman belanja daring dan luring dalam satu ekosistem digital yang terintegrasi [8]. Layanan ini memungkinkan pelanggan melakukan pembelian produk melalui situs atau aplikasi Blibli, kemudian mengambil barang secara langsung di toko fisik yang telah bekerja sama dengan Blibli. Dengan sistem ini, pelanggan mendapatkan fleksibilitas lebih tinggi dalam memilih waktu

dan lokasi pengambilan produk, serta dapat meminimalkan waktu tunggu pengiriman.



Gambar 2.6 Blibli Instore

Dari sisi mitra penjual, Blibli Instore membantu toko-toko ritel fisik mengoptimalkan kanal penjualan digital tanpa kehilangan interaksi langsung dengan pelanggan seperti yang ditampilkan di Gambar 2.6. Toko mitra dapat menampilkan stok produk mereka di platform Blibli, sehingga pembeli di sekitar lokasi toko dapat memesan barang secara *online* dan mengambilnya langsung di gerai tersebut. Model ini tidak hanya meningkatkan visibilitas penjual, tetapi juga mendorong peningkatan transaksi dan efisiensi pengelolaan persediaan.

Layanan *Click & Collect* juga menjadi bagian dari upaya Blibli memperkuat konsep *customer-centric commerce*, yaitu menghadirkan pengalaman belanja yang cepat, mudah, dan sesuai preferensi konsumen. Fitur ini telah digunakan oleh berbagai brand ternama yang bermitra dengan Blibli, terutama di kategori elektronik, fashion, dan kebutuhan rumah tangga. Melalui sistem omnichannel yang terhubung, pelanggan dapat memastikan ketersediaan barang di toko terdekat, melakukan pembayaran digital secara aman, serta memperoleh konfirmasi pengambilan secara real

time. Dengan inovasi ini, Blibli berhasil menyelaraskan ekosistem *e-commerce* dan ritel tradisional menjadi satu kesatuan layanan yang efisien. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada transaksi daring, tetapi juga memberdayakan jaringan toko fisik di Indonesia melalui digitalisasi penjualan.

2.3.3 Blibli Express Service

Sebagai bagian dari upaya untuk memberikan pengalaman belanja online yang cepat dan andal, PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) mengembangkan unit layanan logistik internal bernama Blibli Express Service (BES) pada Gambar 2.7 [8]. Layanan ini berperan sebagai tulang punggung sistem pengiriman Blibli dengan fokus pada ketepatan waktu, keamanan, dan efisiensi distribusi barang kepada pelanggan di seluruh Indonesia. BES merupakan bagian penting dari strategi *end-to-end fulfillment* Blibli, yang mencakup proses dari pemesanan, pengemasan, hingga pengantaran barang ke tangan konsumen secara langsung.



Gambar 2.7 Blibli Express Service (BES)

Blibli Express Service dibangun untuk memastikan bahwa setiap pesanan pelanggan dapat dikirim dengan waktu pengiriman yang terprediksi dan berkualitas tinggi. Dengan dukungan pusat distribusi (*warehouse*) yang tersebar di berbagai wilayah strategis, BES mampu melayani pengiriman

cepat (*same-day dan next-day delivery*) ke berbagai kota besar di Indonesia. Infrastruktur logistik ini juga terintegrasi langsung dengan sistem *e-commerce* Blibli, sehingga proses pelacakan pesanan (*order tracking*) dapat dilakukan secara *real-time* melalui aplikasi maupun situs web Blibli.

2.3.4 *Ranch Market dan Produk Segar (Fresh & Daily Necessities)*

PT Global Digital Niaga Tbk (Blibli) memperluas lini bisnisnya ke sektor ritel kebutuhan sehari-hari melalui akuisisi PT Supra Boga Lestari Tbk (*Ranch Market dan Farmers Market*) pada tahun 2021 [8] terlampir pada Gambar 2.8. Langkah ini dilakukan untuk menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih menyeluruh, di mana pelanggan dapat memperoleh produk segar, bahan makanan premium, serta kebutuhan harian baik secara online melalui platform Blibli maupun secara langsung di jaringan toko fisik Ranch Market di berbagai kota besar di Indonesia. Melalui layanan ini, Blibli memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan *omnichannel commerce*, yang menggabungkan kenyamanan belanja digital dengan pengalaman berbelanja *offline* yang personal. Konsumen dapat memesan produk-produk segar seperti buah, sayur, daging, *seafood*, dan bahan makanan olahan melalui situs atau aplikasi Blibli dengan layanan pengiriman cepat dan jaminan kualitas.



Gambar 2.8 Blibli Ranch Market