Kode BEI: BELI

Paparan Publik
PT Global Digital Niaga Tbk

14 Oktober 2026

Informasi dan Sanggahan

Mohon dapat dibaca sebelum melanjutkan ke bagian berikutnya

Dokumen ini ("Presentasi") disiapkan oleh PT Global Digital Niaga Tbk. ("Perseroan") untuk tujuan informasi dan bukan merupakan rekomendasi atau penawaran untuk membeli sekuritas/efek apapun yang dikeluarkan oleh Perseroan. Informasi yang terkandung dalam Presentasi ini tidak diverifikasi, disetujui, dan/atau didukung secara independen serta dapat berubah secara material. Informasi dan pendapat dalam Presentasi ini bersifat awal, dapat berubah tanpa pemberitahuan, keakuratannya tidak dijamin, dan terdapat kemungkinan tidak memuat semua informasi material mengenai Perseroan. Tidak satu pun pihak dari Perseroan, manajemen, 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 kelalaian apapun terkait informasi apapun yang terkandung di sini atau kerugian apapun yang timbul dari penggunaan informasi apapun di dalamnya.

Informasi yang terkandung dalam Presentasi ini harus dipertimbangkan dalam konteks keadaan yang berlaku pada saat Presentasi ini diterbitkan dan dapat berubah tanpa pemberitahuan dan/atau tidak akan diperbarui untuk mencerminkan perkembangan material yang mungkin terjadi setelah tanggal Presentasi ini. Pernyataan yang terkandung dalam Presentasi ini hanya berlaku pada saat tanggal Presentasi dibuat, dan Perseroan secara tegas menyangkal kewajiban atau janji apapun untuk menambah, mengubah atau menyebarluaskan pembaruan atau revisi apapun pada pernyataan apa pun yang terkandung di sini untuk mencerminkan perubahan apa pun dalam peristiwa, kondisi dan/atau keadaan yang mendasari pernyataan atau perubahan tersebut. Presentasi ini mungkin tidak mencakup semua dan tidak boleh memuat semua informasi yang mungkin dianggap penting oleh penerima atau pembaca. Dengan menyiapkan Presentasi ini, Perseroan maupun Grup tidak memiliki kewajiban apapun untuk memberi penerima atau pembaca akses ke informasi tambahan apapun atau memperbarui Presentasi 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 Presentasi ini merupakan "pernyataan berwawasan kedepan" dan merupakan 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 dimana Perseroan atau salah satu komponen usahanya, atau manajemennya, "meyakini", "mengharapkan", "mengantisipasi", "bermaksud", "merencanakan", "memperkirakan", maupun 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 atau yang saat ini tersedia bagi manajemen. Pernyataan berwawasan ke depan tersebut bukanlah jaminan kinerja masa depan Perseroan dan melibatkan risiko baik 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 informasi terkait dengan laporan keuangan konsolidasi 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, Presentasi ini memuat metrik operasional tertentu termasuk, namun tidak terbatas pada, "TPV", "YTU", "AOV" dan/atau "MAU", yang digunakan oleh Perseroan untuk mengevaluasi kinerja usahanya. Metrik operasional 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.

Ikhtisar Utama

Pertumbuhan Sehat dengan Peningkatan Marjin yang Kuat; Ekspansi *Omnichannel* dan Integrasi Ekosistem yang Berkelanjutan

Pendapatan Neto

55% *y.o.y*

Rp14,8 tn	1H 2026
Rp9,6 tn	1H 2025

Take Rate

40 bps

9,0%	1H 2026
8,6%	1H 2025

GPBD

17% *y.o.y*

Rp4,1 tn	1H 2026
Rp3,5 tn	1H 2025

% EBITDA terhadap TPV

170 bps

1H 2026
1H 2025

1 **Pendapatan Neto konsolidasian bertumbuh sebesar 55%** *y.o.y* menjadi **Rp14.830 miliar** pada 1H26, dengan **tren pertumbuhan dua digit yang solid** di seluruh segmen usaha

2 ***Take Rate* meningkat** 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

3 **Struktur biaya yang lebih baik** tercermin dari **lebih rendahnya persentase Beban Operasional konsolidasian terhadap TPV** menjadi **6,3%** pada 1H26, yang menghasilkan **peningkatan kinerja persentase EBITDA konsolidasian terhadap TPV** sebesar **170bps** *y.o.y*

4 Memperkenalkan **layanan pengiriman** "**Prioritas**" pada platform Blibli yang memberikan **jaminan pesanan pelanggan tiba mulai dari 30 menit** sejak pembayaran diselesaikan

5 Menambah sejumlah **102 toko baru** sepanjang 9M26, sehingga per akhir September 2026, Perseroan telah mengoperasikan sejumlah **347 toko elektronik konsumen**, **24 toko elektronik rumah tangga**, dan **1 toko fesyen & olahraga**. Selain itu, juga mengelola **60 gerai supermarket premium** dan **39 *home and living experience centers***

6 Para pemegang saham Perseroan **menyetujui seluruh mata acara** dalam **Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan** (RUPST) dan **Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa** (RUPSLB)

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan & Luar Biasa

Dukungan Penuh Pemegang Saham terhadap Prospek Jangka Panjang Perseroan pada RUPST & RUPSLB

Agenda yang Disetujui – RUPS Tahunan (4 Jun 2026)

1	**Laporan Direksi** untuk tahun buku yang berakhir pada 31 Desember 2025, serta **laporan pelaksanaan tugas pengawasan Dewan Komisaris**
2	**Gaji dan tunjangan lain** bagi **Dewan Komisaris**, serta pemberian wewenang kepada Dewan Komisaris untuk menetapkan **gaji dan tunjangan lain** bagi **Direksi** untuk tahun buku 2026
3	Wewenang Dewan Direksi untuk **menunjuk Kantor Akuntan Publik** untuk **melakukan audit** atas **laporan keuangan** yang berakhir pada 31 Desember 2026
4	**Perubahan susunan Dewan Komisaris** Perseroan*)

Agenda yang Disetujui – RUPS Luar Biasa (15 Jun 2026)

1	Rencana Perseroan untuk melakukan **Penambahan Modal Tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (PMTHMETD)** dalam rangka **Program MESOP** dan **Selain Program MESOP**
2	**Perubahan** dan/atau **penyesuaian Anggaran Dasar** agar selaras dengan **KBLI 2025**





Catatan:
*) Imron Hendrata diangkat sebagai Komisaris Utama, menggantikan Martin Basuki Hartono; Cyrillus Harinowo diangkat sebagai Komisaris Independen

BAGIAN 1

Tinjauan Perseroan

Ikhtisar Usaha

Ringkasan Kinerja Keuangan

Visi & Misi

Fokus menjadi Penyedia Solusi bagi para Pelanggan serta Mitra

VISI

Menjadi Ekosistem Perdagangan Pilihan Bagi Konsumen dan Institusi

MISI

Menjadi Platform Perdagangan *Omnichannel* dan Gaya Hidup Paling Terpercaya



Pencapaian Penting

Selama Lebih dari Satu Dekade Memenuhi Kebutuhan Pelanggan di Indonesia

	2011	2012-2015	2016-2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Perluasan Produk dan Layanan	Situs *E-commerce*	Aplikasi *Mobile*	Agen Perjalanan Daring	Click & Collect	Blibli Mitra	Blibli Tiket PayLater	Supermarket Premium	Toko Tukar Tambah	Penjual Ritel Resmi Apple	*Home & Living*	Toko Elektronik Rumah Tangga
			Blibli InStore		Bliblimart		Toko Elektronik Konsumen	Distributor Resmi Elektronik Konsumen	Blibli Invest	Blibli Affiliate	Toko Fesyen & Olahraga
			Otomotif		Penawaran Institusi		BaaS, Kartu Kredit *Co-brand*, Asuransi				Kebutuhan Harian & Produk Segar
Membangun Layanan dan Kepercayaan	Jaminan Orisinil	Layanan Pelanggan 24/7	Penawaran Digital	*Fulfillment by Blibli* (FBB)	Fitur Tukar Tambah	Layanan Instalasi	Jaminan 2-Jam Sampai	Perusahaan Publik Tercatat (IPO)	Program Loyalitas Terpadu (ULP)	Gudang Marunda	*Fulfillment at Speed* (FAS)
	Gratis Pengiriman	Layanan Logistik 1PL	Pengiriman Instan & Hari yang Sama	Dompet Digital (BlibliPay)	Pengiriman Terjadwal	Fitur Berlangganan				Keanggotaan Terpadu (UNM)	
		Retur 15-Hari	Titik Retur								

Ekosistem *Omnichannel* Sejati

Platform Integrasi *Online-to-Offline* Terdepan untuk Pelanggan Ritel maupun Institusi

Perdagangan Ritel dan Institusi

Platform Daring

- *Smartphone*
- Elektronik Konsumen
- Kebutuhan Harian & Produk Segar
- Otomotif
- Olahraga & Kesehatan
- Komputer & Permainan
- Perlengkapan Rumah
- Fesyen & Kecantikan
- Ibu & Anak
- Produk Digital

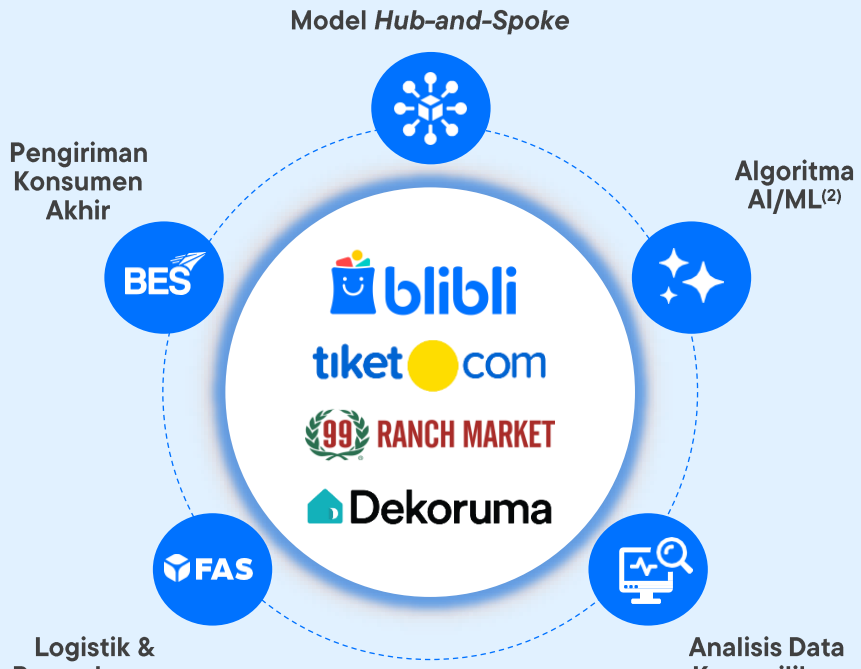
Kehadiran Luring

- Toko Elektronik Konsumen
- Outlet Supermarket
- *Home & Living Experience Centers*
- Toko Elektronik Rumah Tangga
- Click & Collect
- Blibli Instore
- Toko Fesyen & Olahraga
- Tukar Tambah

Penawaran Institusional

- Pengadaan *End-to-End*(1)
- Pengadaan Institusi Daring

Data, Logistik dan Pergudangan



Perjalanan dan Gaya Hidup

Kebutuhan Perjalanan

- Penerbangan
- Kereta
- Kapal Feri
- Rental Mobil
- Bis & Travel
- Transfer Bandara
- Hotel
- Rumah, Vila & Apartemen

Kegiatan & Pengalaman

- Atraksi & Hiburan
- Layanan Pemandu Wisata
- Kecantikan & Kesehatan
- Permainan & Hobi
- Tiket Pertunjukkan
- Taman Bermain
- Kelas & Lokakarya
- Vocer Kuliner

Jasa Keuangan

- Bank Digital
- Kartu Kredit *Co-brand*
- Dompet Digital
- *PayLater* (BNPL)
- Asuransi
- Pembayaran Tagihan

Catatan:
1. Untuk peritel, penyalur dan mitra
2. *Artificial Intelligence and Machine Learning*

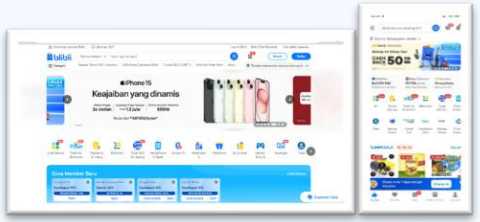
Penawaran *Omnichannel* & Praktik Integrasi O2O

Memastikan Pengalaman Belanja Tanpa Hambatan bagi Pelanggan

Daring



Menumbuhkan kesadaran melalui **spanduk/iklan daring** pada **Situs Web** & **Aplikasi *Mobile***



Pembelian daring secara langsung melalui **Situs Web & Aplikasi *Mobile***, ATAU



Pemenuhan Terintegrasi pengiriman nasional (**BES Paket**), ATAU



Program Loyalitas Terpadu (ULP) di seluruh **Platform** dan **Toko Fisik**



Penjualan produk baru dan **penerimaan tukar tambah** melalui **Tukar Tambah daring**, ATAU

Pelanggan

Kesadaran & Penemuan | **Pembelian & Pembayaran** | **Pengambilan & Pengiriman** | **Loyalitas & Keterlibatan** | **Tukar Tambah**

Luring

Penemuan produk & **konversi pelanggan** melalui **Toko Fisik**





Pembelian di Toko Fisik melalui **Blibli InStore**



Didukung oleh **Pembayaran Digital/BNPL**



Pengambilan Luring melalui ***Click & Collect*** dan **Toko Fisik**





Penukaran Poin & **Layanan Bernilai Tambah**



Tukar Tambah luring melalui **Toko Tukar Tambah**



BAGIAN 2

Tinjauan Perseroan

Ikhtisar Usaha

Ringkasan Kinerja Keuangan

Pemain *Omnichannel* Paling Terintegrasi di Indonesia

Elektronik Konsumen (*Smartphone*, Tablet & Produk Terkait)

347
Toko Elektronik Konsumen

160
Toko Merek-Tunggal

187
Toko Multi-Merek

Toko Fisik Elektronik Konsumen

Merek-Tunggal(1)

hello	SAMSUNG	HUAWEI	mi	oppo	vivo
47	81	20	9	2	1

Multi-Merek(2)

blibli	Tukar Tambah a blibli company
184	3

Jejak Fisik di Seluruh Indonesia



hello store
Antasari



Samsung Store
Pluit Village



Huawei Store
Aeon Deltamas


Mi Store
Delipark Mall



Blibli Store
Central Park



Tukar Tambah
Bintaro Jaya

Grand Opening hello Store (Grand Indonesia)



Sep26 – pembukaan **hello store** Grand Indonesia sebagai **komitmen** memberikan **pengalaman *omnichannel* terintegrasi,** menawarkan **akses lebih dekat** bagi konsumen terhadap produk-produk Apple, serta menghadirkan **pengalaman berbelanja** yang lebih **personal**

Catatan:
Jumlah kehadiran *omnichannel* per 30 Sep 2026
1. Toko Fisik Elektronik Konsumen Blibli yang menawarkan berbagai produk *smartphone*, tablet & produk terkait dari satu merek
2. Toko fisik Elektronik Konsumen Blibli yang menawarkan berbagai produk *smartphone*, tablet & produk terkait dari berbagai merek

Pemain *Omnichannel* Paling Terintegrasi di Indonesia

Elektronik Rumah Tangga | Fesyen & Olahraga

24
Toko Elektronik Rumah Tangga

Toko fisik multi-merek berfokus pada berbagai produk **elektronik peralatan rumah tangga** pilihan untuk **memperkuat penawaran *omnichannel*** dalam kategori ini.



Blibli Elektronik
Kopo Banding



Blibli Elektronik
Moch Toha



Blibli Elektronik
Grand Kota Bintang

1
Toko Fesyen & Olahraga

Toko fisik multi-merek berfokus pada berbagai produk **fesyen dan olahraga** pilihan dengan **harga kompetitif**, bermitra dengan berbagai **merek global terkemuka**



BlibliStyle Outlet
Pesanggrahan





blibli tiket

Catatan:
Jumlah kehadiran *omnichannel* per 30 Sep 2026

Pemain *Omnichannel* Paling Terintegrasi di Indonesia

Barang Konsumsi (Kebutuhan Harian) | *Home & Living*

60
Outlet Supermarket[1]

Jaringan **supermarket premium** yang menawarkan **pengalaman belanja modern**, berkomitmen pada produk segar dan bahan makanan **berkualitas tinggi**, **sehat**, serta **aman**

RANCH MARKET it's a balanced life | day2day | pasarina BY RANCH MARKET | The GOURMET by ranch market | FARMERS MARKET fresh and friendly



Ranch Market
Plaza Senayan



Farmers Market
Mall Kelapa Gading



Pasarina
Sarinah



The Gourmet
District 8 Astha

39
Home and Living Experience Centers[2]

Platform ***omnichannel* terintegrasi** untuk kebutuhan ***home & living*** yang menawarkan solusi desain interior serta berbagai produk yang komprehensif

thudio by Dekoruma | TENZO LIVING



Dekoruma Experience Center
Radio Dalam



Dekoruma Experience Center
Kemang



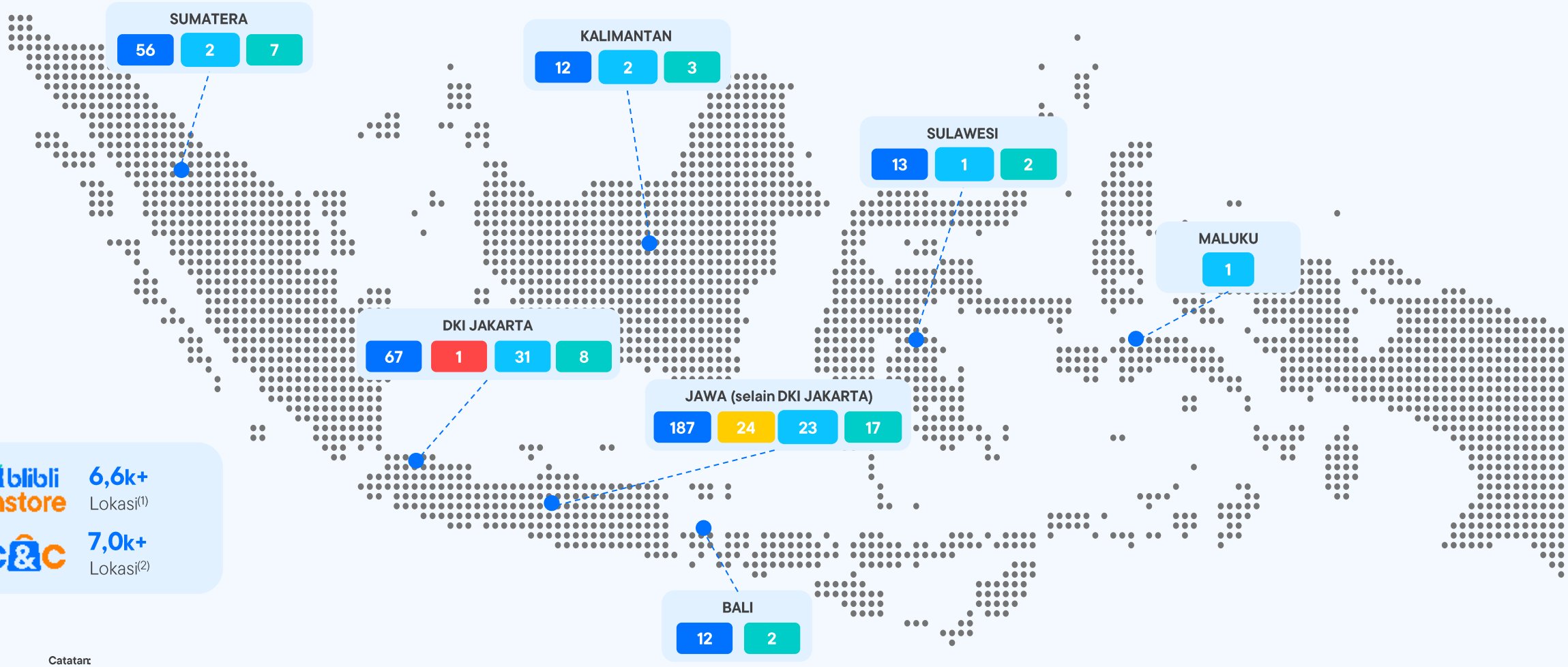
Dekoruma Experience Center
Bali Sunset Road

Notes:
Jumlah kehadiran *omnichannel* per 30 Sep 2026
1. Outlet supermarket dioperasikan oleh entitas anak yang 70,6% sahamnya dimiliki oleh Perseroan, yakni PT Supra Boga Lestari Tbk ("Ranch Market"; BEI: RANC).
2. *Home and Living Experience Centers* dioperasikan oleh entitas anak yang 99,83% sahamnya dimiliki oleh Perseroan, yakni PT Dekoruma Inovasi Lestari ("Dekoruma")

Kehadiran Fisik yang Kuat Secara Nasional

Menegaskan Kepemimpinan Strategi *Omnichannel* di Indonesia

347 Toko Elektronik Konsumen	**24** Toko Elektronik Rumah Tangga	**1** Toko Fesyen & Olahraga	**60** Outlet Supermarket	**39** *Home & Living Experience Centers*



blibli instore **6,6k+** Lokasi(1)

C&C **7,0k+** Lokasi(2)

Catatan:
Jumlah kehadiran *omnichannel* per 30 Sep 2026
1. Blibli InStore merupakan solusi *omnichannel* Blibli yang memungkinkan pelanggan untuk berbelanja secara luring di berbagai toko fisik yang tersedia secara nasional, namun dapat tetap menikmati kenyamanan dan ragam manfaat yang sama seperti ketika berbelanja secara daring
2. Click & Collect merupakan solusi *omnichannel* Blibli yang memberikan fleksibilitas kepada pelanggan untuk membeli produk secara daring dan mengambil produk secara luring di berbagai toko fisik yang tersedia secara nasional

Jaringan Rantai Pasok dan Distribusi Terintegrasi

Pergudangan Modern, Pemenuhan Pesanan, Pengiriman Konsumen Akhir serta Penanganan Retur & Layanan Pelanggan

Jaringan Pergudangan Modern

15 Gudang
4 Jabodetabek, **5** Jawa, and **6** Non-Jawa

19 Pusat Distribusi
Model ***Hub-and-Spoke***

200.000+ m²
Jumlah **luas area** gudang

24/7 Operasional
365 hari

Gudang Marunda
~**100.000 m²** luas area
Manajemen logistik & **rantai pasok** pintar

HALAL INDONESIA · ISO 27001 INFORMATION SECURITY



Kapabilitas Pemenuhan yang Kuat

Pengiriman Prioritas
Pesanan sampai mulai dari **30 menit**

Fulfillment by Blibli
Jaminan layanan & kualitas

Pengiriman 2-Jam Sampai
480.000+ SKUs di **43** kota

Fulfillment at Speed
Layanan **Pemenuhan Terpadu**

DISEDIAKAN BLIBLI · 2 JAM SAMPAI Prioritas · FAS

Pengiriman Konsumen Akhir Terintegrasi

Pengiriman 1PL
250+ kurir terlatih
250+ armada pengiriman
40+ kota terjangkau

100%
Jangkauan nasional

15+ of **3PL**
Kemitraan strategis

BES
BES REGULAR · BES TRUCKING · BES EXPRESS · BES INSTANT · BES SAME-DAY
BES COD · BES SCHEDULED · BES TRADE IN · BES FRESH FROZEN · BES LUXURY GOODS

Manajemen Retur Terbaik

Solusi Retur Fleksibel & Cepat

15-hari(1)
Kebijakan **retur**

Hari yang Sama
Waktu **Resolusi**

Cakupan Retur yang Luas

56.000+
Titik pengembalian nasional

420+ Kota
Tersedia untuk **pengambilan**

bliblicare
Kontak Layanan Pemenang Penghargaan(2)

Catatan:
Data per 30 Sep 2026
1. Hingga 30-hari selama periode puncak (Idul Fitri, Natal, dll)
2. Medali Emas dalam Penghargaan Contact Center Terbaik Indonesia Tahun 2025 oleh ICCA

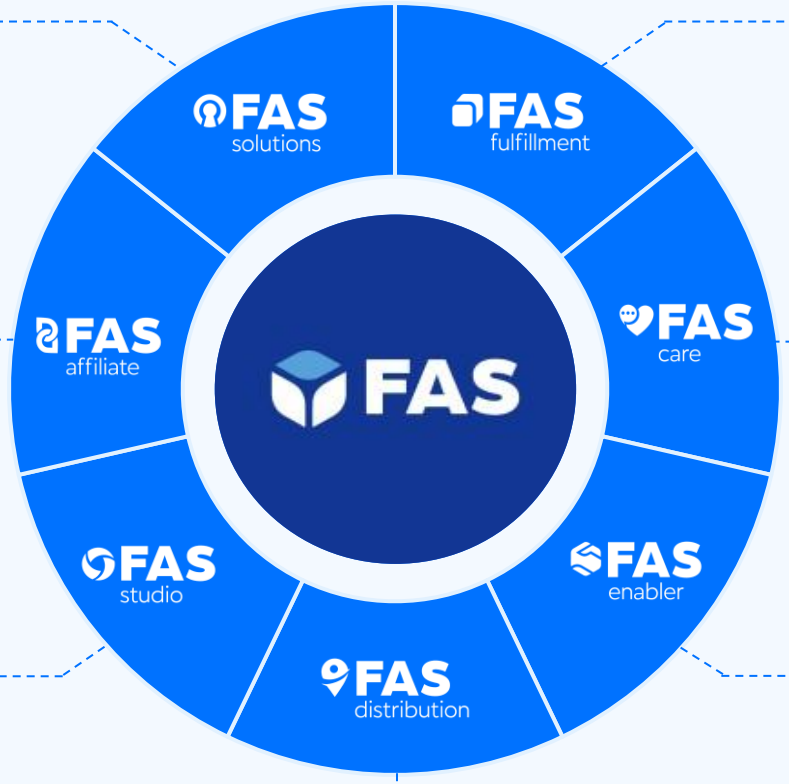
Layanan *Fulfillment at Speed* (FAS) Bertumbuh Pesat

Meningkatkan Integrasi Rantai Pasok dan Mempercepat Efisiensi Pemenuhan Pesanan bagi Pelanggan & Mitra

Layanan Pemberdayaan Usaha Bernilai Tambah
(pengadaan, pengembangan dan pengelolaan situs web, logistik, serta solusi operasional khusus lainnya)

Layanan Manajemen Pemasaran Afiliasi
(menghubungkan kreator konten dengan mitra pemegang merek)

Layanan Produksi Konten Menyeluruh
(fotografi, videografi, *live shopping*, dan manajemen media sosial)



Layanan Pemenuhan Komprehensif
(pergudangan, manajemen persediaan, pemrosesan pesanan, pengemasan, dan pengiriman akhir)

Solusi Pengalaman Pelanggan
(tim layanan pelanggan yang terlatih, dukungan *omnichannel*, dan kapabilitas layanan pelanggan)

Manajemen Operasi *E-commerce* Menyeluruh
(pengelolaan toko daring, pemenuhan pesanan, layanan pelanggan, promosi, dan operasional perdagangan)

Layanan Distribusi Luring Berskala Nasional
(perdagangan modern, perdagangan umum, dan saluran ritel lainnya)

Integrasi & Sinergi Ekosistem

Mendorong Potensi Penjualan Silang Antar Platform Blibli, tiket.com, Ranch Market dan Dekoruma

Keanggotaan Terpadu

Login Terpadu
Pengguna dapat *login* ke Blibli, tiket.com, Ranch Market, dan Dekoruma dengan **satu kredensial** yang sama

Akses Tanpa Hambatan
Single sign-on dengan **login otomatis** untuk Android dan iOS pada satu perangkat

Mendorong Penjualan Silang
Sistem login terpadu dan tanpa hambatan untuk meningkatkan **potensi penjualan silang** di dalam ekosistem Blibli Tiket.



Program Loyalitas Terpadu



Pengumpulan Poin Mudah
Berbagai cara untuk **mendapatkan poin** melalui transaksi, penyelesaian misi, dan permainan interaktif

Satu Poin, Banyak Hadiah
Lebih banyak poin untuk **menikmati berbagai keuntungan**

Integrasi Seluruh Platform
Poin terpadu yang sama di **saluran daring** maupun **luring**

Kartu Kredit *Co-Brand* BCA x Blibli Tiket



Ekosistem Blibli Tiket bersama BCA hadirkan Kartu Kredit *co-brand* "*One Card More Rewards*"

- Hadir untuk **pengguna** yang **baru memiliki kartu kredit** untuk mendapatkan **berbagai *reward*** ketika bertransaksi di **ekosistem Blibli Tiket**
- Memadukan **kepercayaan** dan **kredibilitas BCA** dengan **luasnya ekosistem Blibli Tiket**, menghubungkan kebutuhan sehari-hari dengan **berbagai pilihan keuntungan** dalam satu transaksi





Kinerja Usaha Perjalanan di Tengah Kondisi Pasar yang Menantang

Optimalisasi Harga & Perluasan Monetisasi melalui Pendapatan Tambahan; Antusiasme Perjalanan Masyarakat Tetap Tinggi

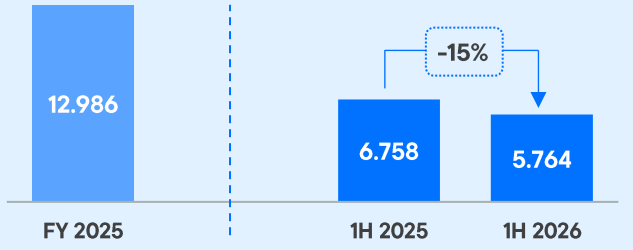
tiket.com

Penerbangan

150+ Mitra Maskapai Penerbangan

240+ Negara, Kawasan dan Wilayah

Pemesanan Kursi Penerbangan *('000)*

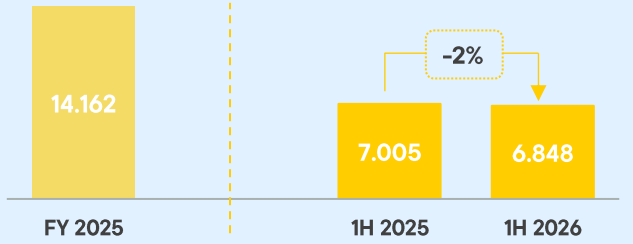


Akomodasi

3,6jt+ Pilihan Akomodasi, termasuk

2,2jt+ Akomodasi Alternatif (non-Hotel)

Pemesanan Kamar *('000)*

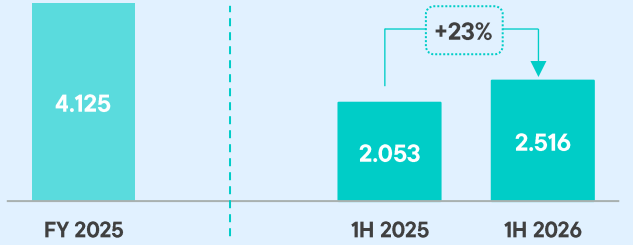


Pengalaman

~112rb Aktivitas dan Atraksi, termasuk

4,5rb+ Acara Daring dan Luring

Pemesanan Tiket *('000)*



BCA x tiket.com Travel Fair at BCA Expo 2026

(11 – 13 Sep 2026)

- **BCA x tiket.com Travel Fair** memberikan kesempatan untuk mengubah rencana perjalanan menjadi sesuatu yang lebih konkret melalui **pilihan destinasi** dan **produk perjalanan** yang **semakin lengkap**



- Kolaborasi ini membantu konsumen mendapatkan **nilai yang lebih optimal** dari budget **perjalanan** serta **pengalaman** maupun **gaya hidup**









Komitmen Keberlanjutan

Melangkah Maju Melalui Aksi Demi Masa Depan yang Berkelanjutan

Action for Our Planet

Berfokus pada pengelolaan sumber daya, limbah, dan emisi melalui kolaborasi berbagai pihak dan aksi kolektif

Pengelolaan Sumber Daya Berkelanjutan



Mendorong penggunaan **material** yang bertanggung jawab melalui **kardus** Blibli **bersertifikasi FSC 100%** dan memperluas penerapan **kemasan ramah lingkungan** di dalam ekosistem

>95% terdiri dari karton bersertifikat FSC dan kemasan berbahan dasar kertas

Manajemen Limbah yang Bertanggung Jawab



Perilaku Kerja: Meningkatkan akurasi **pemilahan sampah** untuk meminimalkan sampah yang dikirim ke tempat pembuangan akhir (TPA)

>70% akurasi penyortiran di seluruh kantor ekosistem



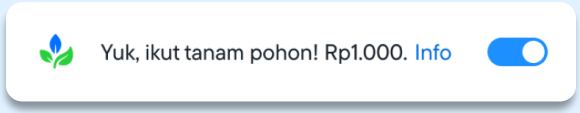
Gadget for Good: Program **pengumpulan limbah elektronik** di toko Blibli pilihan di wilayah Jabodetabek

>750 pcs limbah elektronik telah dikelola secara bertanggung jawab

Manajemen Emisi

Fitur *Always-on platform*: memungkinkan pelanggan memilih aksi berkelanjutan:

- **Misi Tanam Pohon**
  Berkontribusi pada penanaman pohon hanya dengan Rp1.000 per transaksi
  ~3.000 transaksi telah berkontribusi pada penanaman pohon melalui misi Tanam Pohon



- ***Green Delivery***
  Opsi yang mengutamakan **pengiriman paket** secara daring menggunakan **kendaraan Listrik**
  >16,000 pengiriman menggunakan armada kendaraan listrik



Action for Excellence

Berhasil mempertahankan ISO 27001 : 2022 untuk Sistem Manajemen dan Keamanan Informasi

Berhasil mempertahankan ISO 27701 : 2019 untuk Sistem Manajemen Informasi Privasi

Berhasil mempertahankan PCI DSS 4.0.1 *Merchant Level 1* untuk Sistem Pembayaran Tagihan Kartu Kredit

Pengakuan Bergengsi atas Aksi Berkelanjutan



Change the World Award
Untuk Program **Langkah Membumi** pada **Fortune Indonesia Summit 2026**



Indonesia Sustainability Award
Untuk kategori **LST Terbaik** di Sektor Teknologi, Penghargaan **Inovasi Berkelanjutan**, Penghargaan **Pelopor Ekonomi Sirkular**, dan Penghargaan **Keunggulan Kepemimpinan LST**



Laporan Keberlanjutan
telah tersedia, silahkan pindai untuk unduh:

bit.ly/BlibliTiketSR2025

blibli tiket

Catatan:
Data per 30 Jun 2026

Komitmen Keberlanjutan

Melangkah Maju Melalui Aksi Demi Masa Depan yang Berkelanjutan

Action for People

Pertumbuhan dan Pemberdayaan Karyawan

Membangun Budaya "Winning Culture" Baru

- Memperkenalkan **4 Winning Principles** Baru



- Mempercepat adopsi budaya melalui **Program Winning Ambassadors**



- Membangun Keterlibatan melalui **Winning Community**



Memberdayakan Karyawan

melalui pembelajaran interaktif dan peluang pengembangan diri:



June 2026: Built from Zero oleh Suryadi Sasmita

Mendorong Kesadaran dan Tindakan Karyawan

melalui pendidikan dan kampanye keberlanjutan internal



April 2026: Memilah Sampai Mulai Sekarang !!

Hubungan Kemasyarakatan

Langkah Membumi Networking

Forum kepemimpinan lintas sektor bagi para pemimpin usaha untuk **bertukar wawasan**, **mendorong kolaborasi**, dan **menggerakkan aksi keberlanjutan** yang bermakna



Kampanye JEDA 10 Detik

Kampanye publik menekankan **literasi digital** dan **perlindungan konsumen** dengan mendorong masyarakat untuk jeda sejenak sebelum menanggapi informasi atau melakukan transaksi



BAGIAN 3

Tinjauan Perseroan

Ikhtisar Usaha

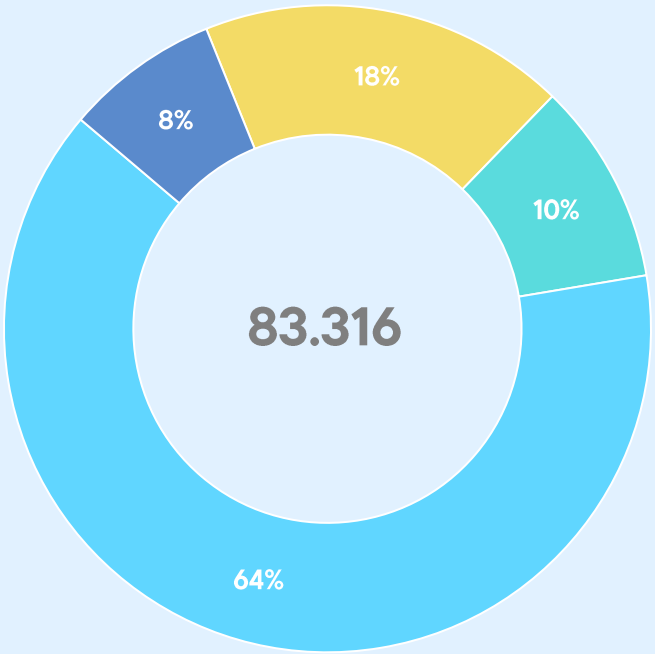
Ringkasan Kinerja Keuangan

Segmentasi *Total Processing Value* (TPV)

Segmen Ritel 1P, Institusi, dan Toko Fisik Mencatat Pertumbuhan yang Solid

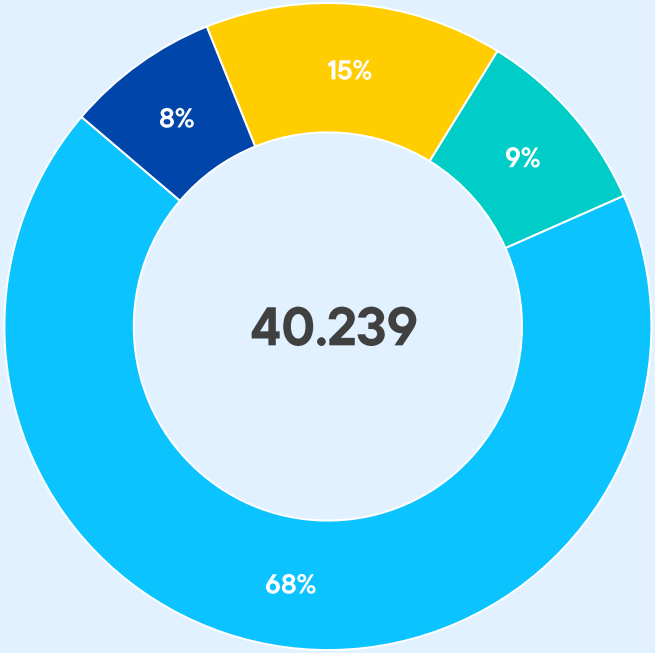
Segmen TPV (FY 2025)

(Rp miliar)



Segmen TPV (1H 2025)

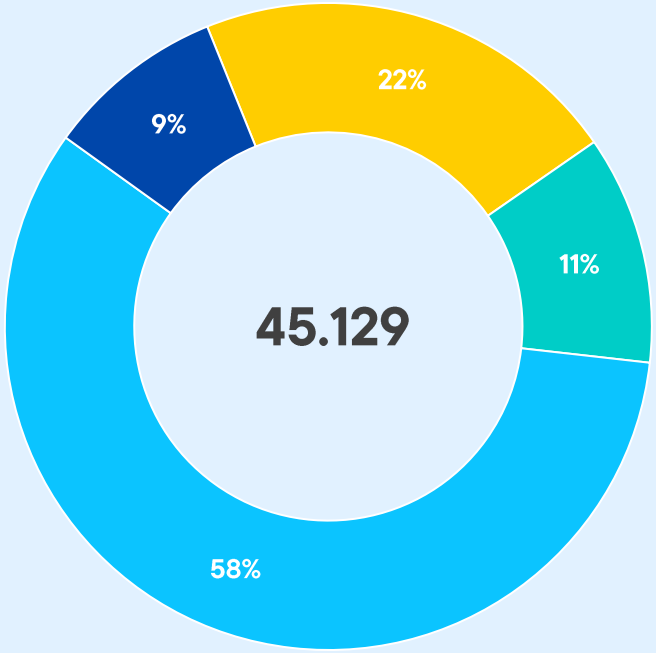
(Rp miliar)



+12%

Segmen TPV (1H 2026)

(Rp miliar)



Ritel 1P | Ritel 3P | Institusi | Toko Fisik

Catatan:

Total Processing Value (TPV) merupakan jumlah nilai produk dan jasa yang dibayar dan dikirim pada periode/tahun yang relevan

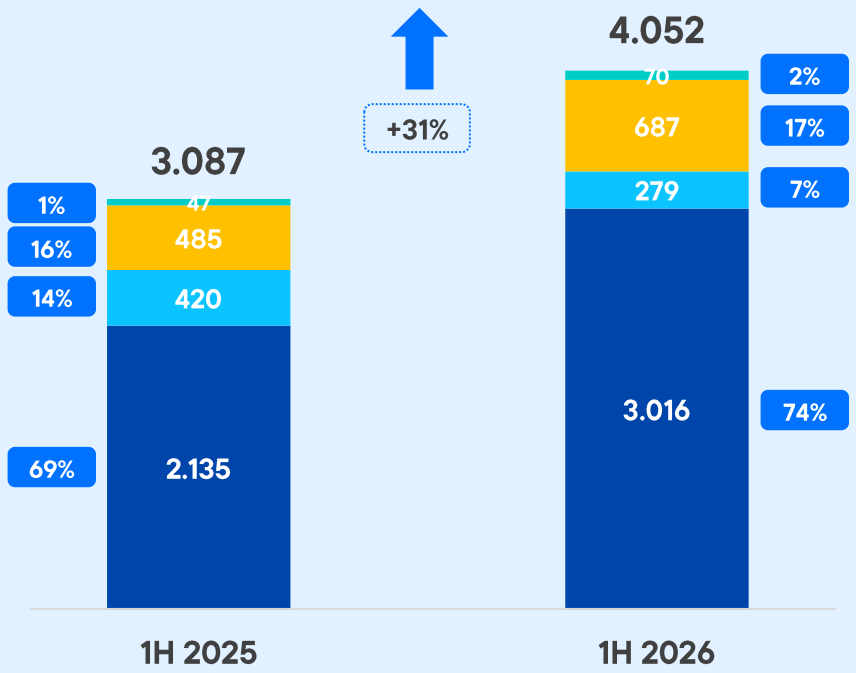
- Ritel 1P termasuk usaha platform perdagangan B2C daring Perseroan atas produk dan jasa pihak pertama (1P) dari berbagai kategori
- Ritel 3P termasuk biaya platform yang dihasilkan dari penjualan produk dan jasa dari berbagai kategori milik penjual pihak ketiga (3P) pada platform perdagangan daring dan agen perjalanan daring milik Perseroan
- Institusi termasuk usaha yang dijalankan melalui platform daring Perseroan untuk berbagai produk dan layanan pihak pertama (1P) dan pihak ketiga (3P) kepada institusi pada sektor swasta dan sektor publik di seluruh Indonesia
- Toko Fisik termasuk usaha toko fisik eletronik konsumen Perseroan berkolaborasi dengan berbagai mitra pemegang merek global ternama, serta jaringan supermarket premium yang dioperasikan oleh entitas anak yang 70,56% sahamnya dimiliki oleh Perseroan – PT Supra Boga Lestari Tbk (Ranch Market; BEI: "RANC")

Bauran Kategori TPV

Pertumbuhan Ritel 1P dari Elektronik Konsumen dan Gaya Hidup; Kontribusi Usaha Perjalanan dan Produk Digital di Ritel 3P

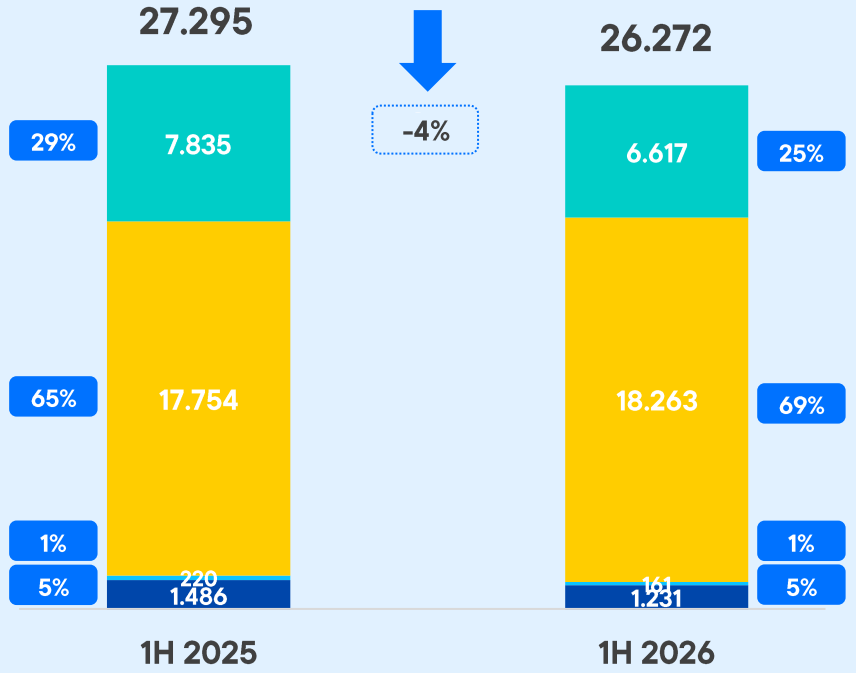
Ritel 1P – Kategori

(Rp miliar | %)



Ritel 3P – Kategori

(Rp miliar | %)



Elektronik Konsumen | Barang Konsumsi | Gaya Hidup | Produk Digital & Lainnya

Catatan:
- Elektronik Konsumen termasuk ponsel genggam, tablet, laptop, kamera, dan peralatan elektronik rumah tangga lainnya
- Barang Konsumsi termasuk kebutuhan harian (makanan & produk segar) dan produk-produk kesehatan & kecantikan
- Gaya Hidup termasuk penerbangan, akomodasi, pengalaman, busana dan pakaian olahraga
- Produk Digital & Lainnya, termasuk pembayaran tagihan, tagihan utilitas, kupon permainan, kupon belanja, pulsa isi ulang, dan sebagainya, serta produk-produk otomotif

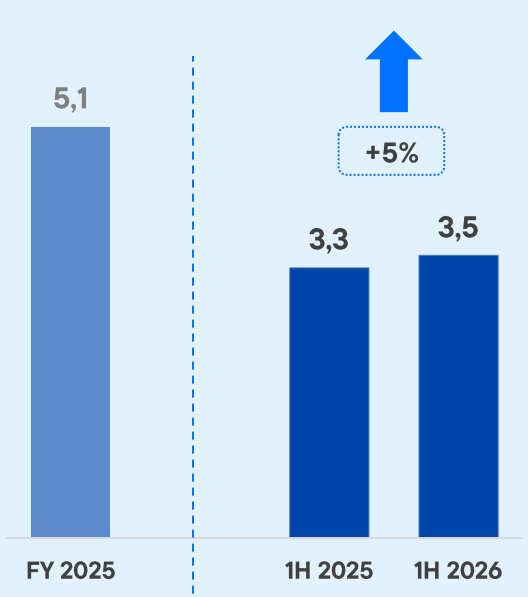
Pertumbuhan Pelanggan Semakin Berkualitas

Pertumbuhan Organik Pelanggan Ritel Dipadukan dengan Kualitas Klien Institusi yang Lebih Tinggi

Ritel

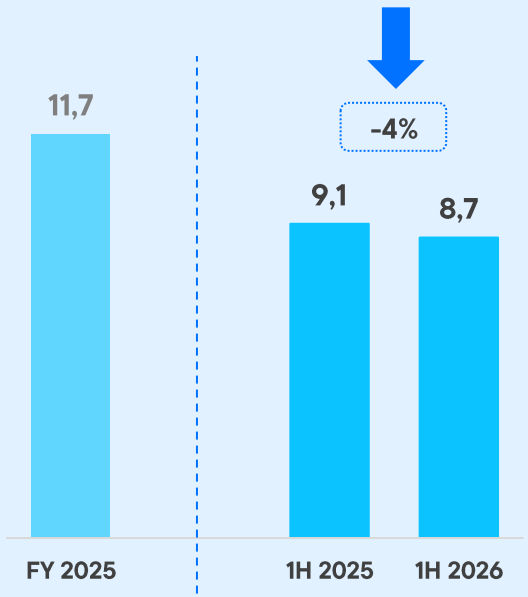
Transacting Users[1]

(juta pengguna)



TPV / Pengguna

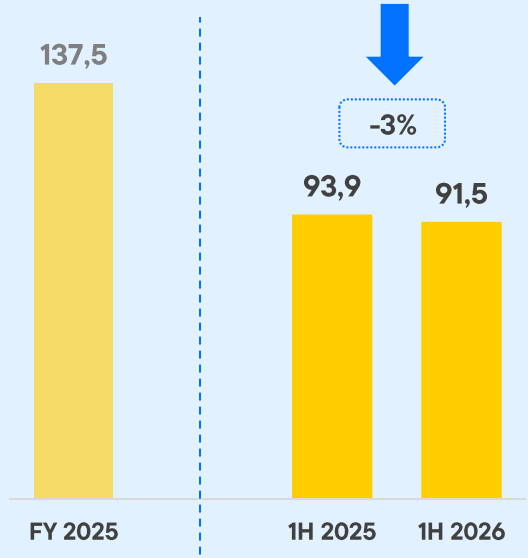
(Rp juta)



Institusi

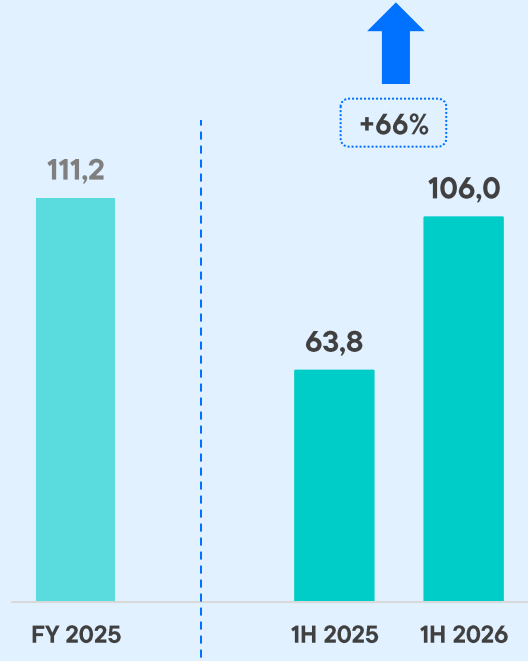
Klien Institusi[2]

('000 klien)



TPV / Klien

(Rp juta)



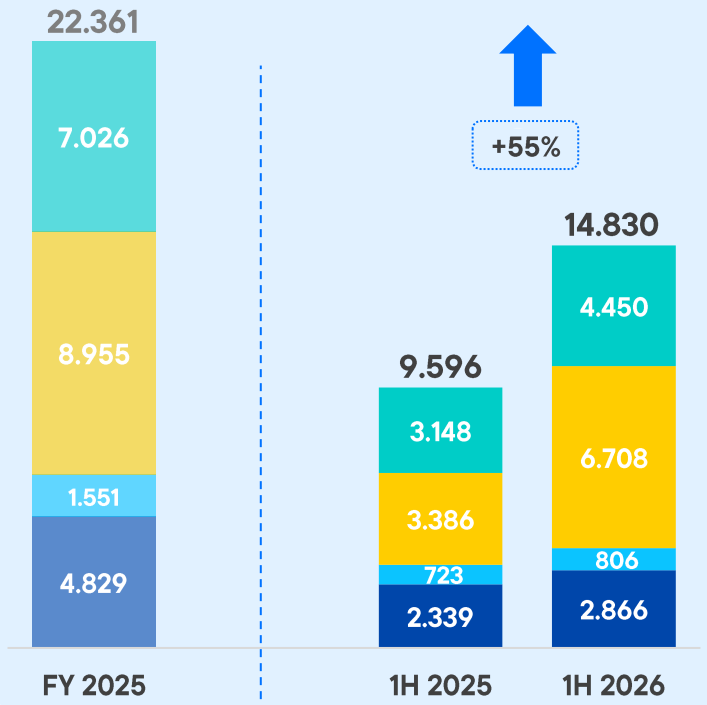
Catatam:
1. *Transacting Users* merupakan jumlah pengguna unik yang menyelesaikan sekurang-kurangnya satu transaksi pada platform-platform di dalam ekosistem pada periode/tahun yang relevan
2. Klien Institusi termasuk dari institusi publik dan swasta

Kinerja Pendapatan dan Marjin

Pertumbuhan Dua Digit yang Solid di Seluruh Segmen Usaha

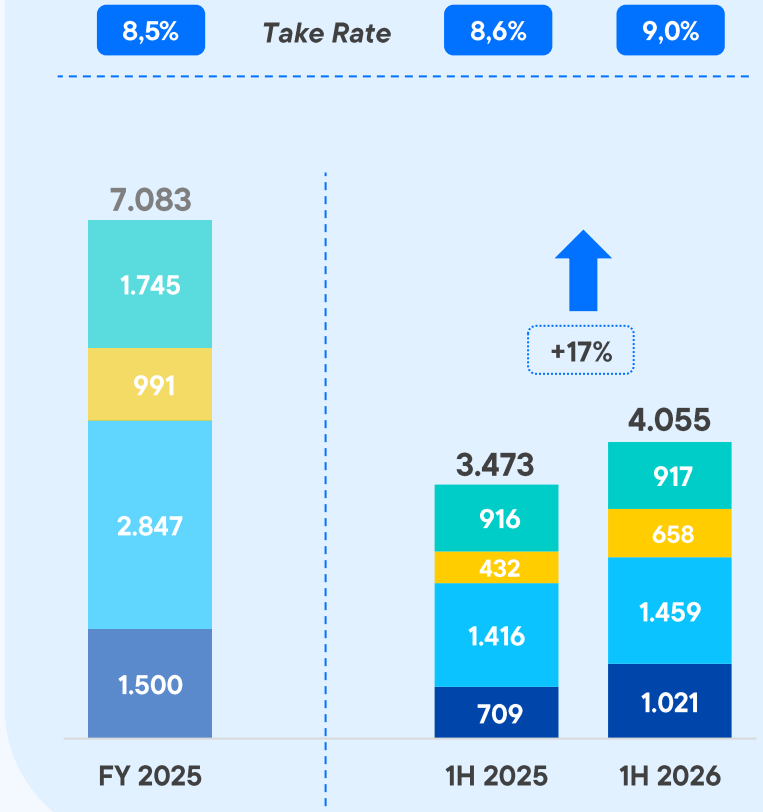
Pendapatan Neto

(Rp miliar)



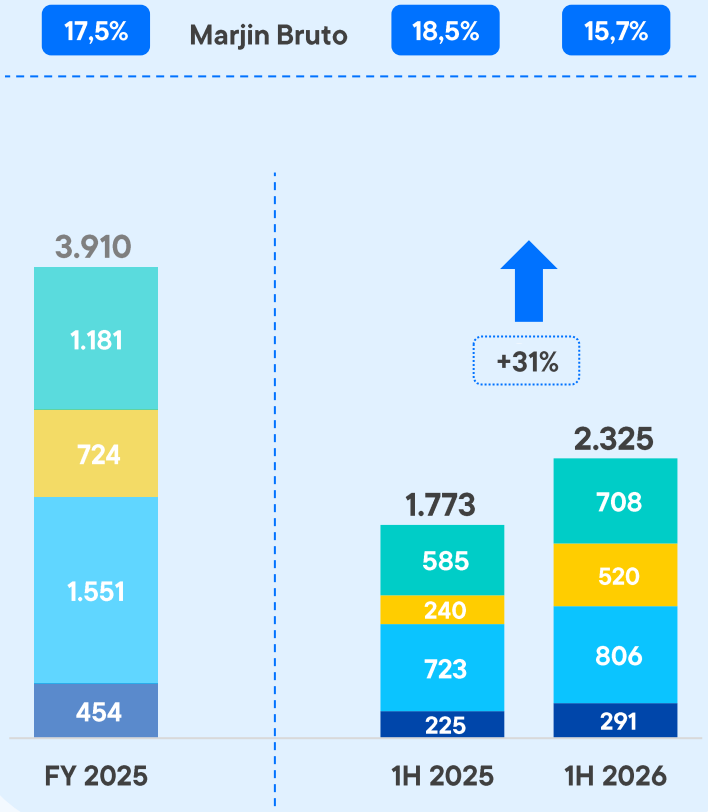
GPBD(1) & *Take Rate*(2)

(Rp miliar | %)



Laba Bruto & Marjin Bruto(3)

(Rp miliar | %)



Ritel 1P | Ritel 3P | Institusi | Toko Fisik

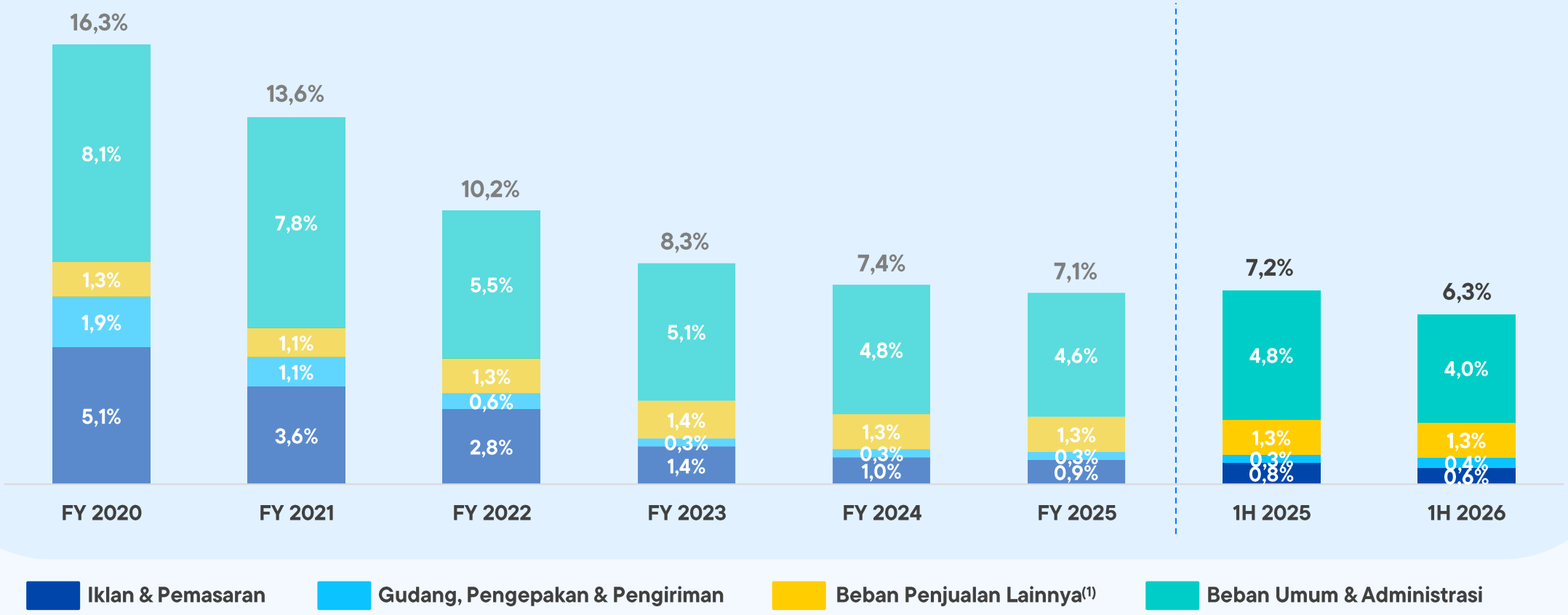
Catatan:
1. Laba Bruto Sebelum Diskon (*Gross Profit Before Discount*/GPBD) merupakan laba bruto yang dihasilkan dari penjualan langsung, setelah ditambah diskon dan subsidi, pada periode/tahun yang relevan
2. *Take Rate* merupakan GPBD dibagi dengan TPV pada periode yang relevan
3. Marjin Bruto merupakan Laba Bruto dibagi dengan Pendapatan Neto, pada periode/tahun yang relevan

Struktur Biaya

Strategi Pemasaran Lebih Terarah dan Keunggulan Operasional Menghasilkan Struktur Biaya yang Lebih Baik

Persentase Beban Operasional Terhadap TPV

(%)



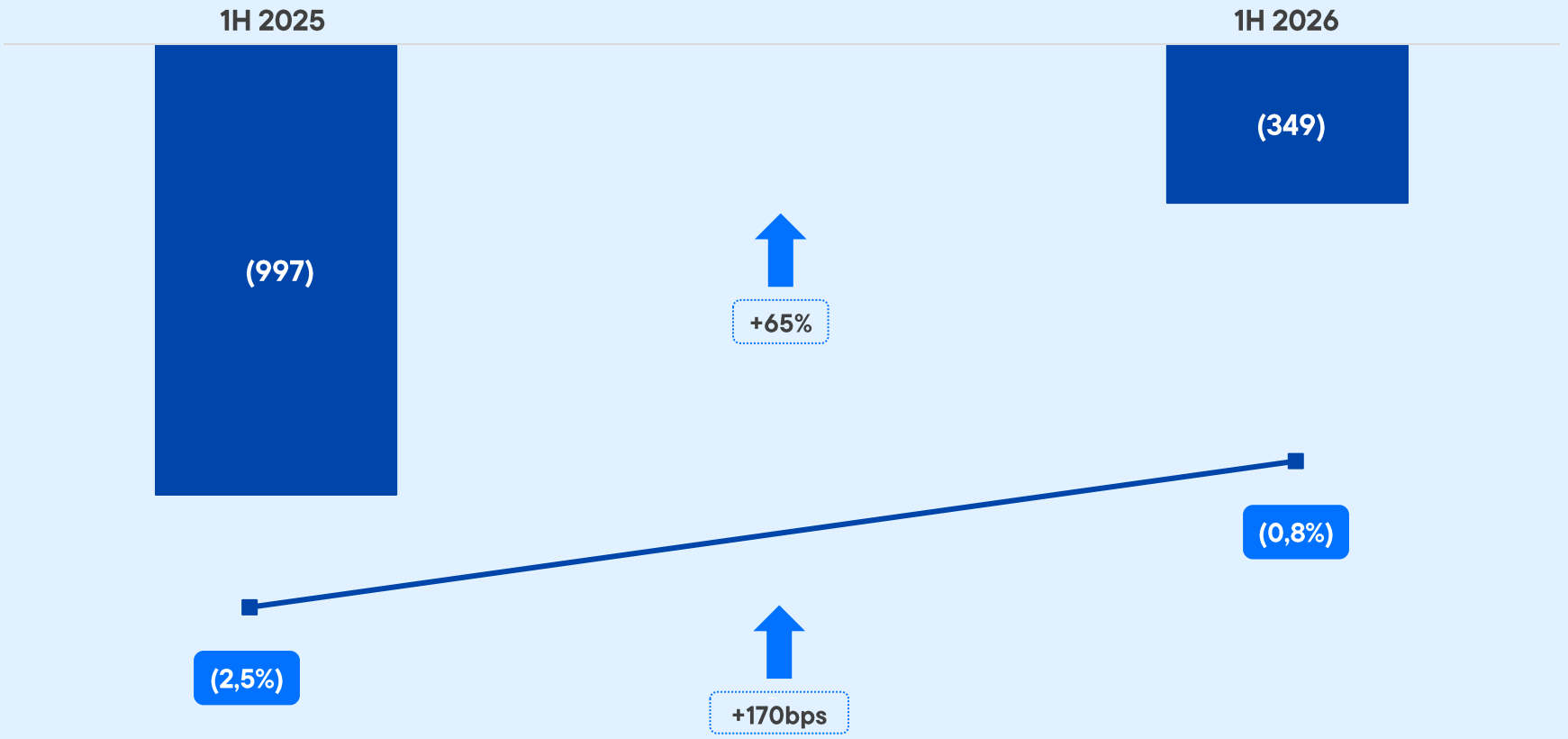
Catatan:
1. Beban Penjualan Lain-lain merupakan Jumlah Beban Penjualan setelah dikurangi Beban Iklan & Pemasaran serta Beban Gudang, Pengepakan & Pengiriman

Kinerja EBITDA

Fokus Produk Margin Lebih Tinggi dan Berbagai Langkah Efisiensi Menghasilkan Peningkatan EBITDA yang Berkelanjutan

EBITDA[1] & Persentase EBITDA Terhadap TPV

(Rp miliar | %)



Catatan:
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

Kode BEI: BELI

Terima Kasih

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:
corp.sec@gdn-commerce.com

Kunjungi situs web:
https://about.blibli.com

Laporan Tahunan

Laporan Keberlanjutan