

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Profil Perusahaan

Blibli adalah salah satu *e-commerce* di Indonesia milik PT Global Niaga Digital yang merupakan anak perusahaan PT Global Digital Prima atau biasa dikenal dengan GDP Venture milik Martin Hartono, anak dari pemilik Djarum Group Budi Hartono. PT Global Digital Prima juga menjadi pemegang saham beberapa perusahaan digital lainnya, beberapa diantaranya yaitu situs komunitas dan hobi Kaskus, media online dibidang teknologi DailySocial, dan inkubator bisnis online Merah Putih Inc. Blibli didirikan pada tanggal 25 Juli 2011 yang berkantor pusat di Gambir, Jakarta Pusat.

Blibli dipelopori oleh pemudaprofesional dengan latar pendidikan rata-rata lulusan dari luar negeri. Salah satu sosok penting dalam berdirinya Blibli yaitu Kusumo Martanto, yang merupakan lulusan S2 Teknik Industri dari *Georgia Institute of Technology*, Amerika Serikat. Sekarang ini Kusumo Martanto menjabat sebagai CEO PT Digital Niaga Digital atau Blibli. Dikutip dari *berwirausaha.net* (Riski, 2019), sebelum memulai karir di Blibli Kusumo Martanto sempat bekerja di perusahaan Intel Corporation dan i2 Technologies di Amerika Serikat, dengan jabatan terakhir sebagai Senior Product Manager. Berbekal pengalaman di luar negeri tersebut, pada tahun 2009 Kusumo Martanto bergabung dengan Djarum Group untuk menyukseskan Blibli dibawah naungan PT Global Digital Prima.

Dalam satu dekade ini Blibli telah mendapatkan beberapa penghargaan bergengsi. Dikutip dari berita republika.co.id (Rahadi, 2020), Blibli meraih 12 penghargaan pada ajang Indonesia Contact Center Award (ICCA) tahun 2020. Blibli memenangkan The Best Contact Center Indonesia 2020 dan 12 penghargaan individu lainnya yang terdiri dari lima Platinum Awards, lima Gold Awards, satu Silver Awards, dan satu Bronze Awards. Pada tahun 2021 Blibli juga berhasil meraih beberapa penghargaan. Dikutip dari [Tribunnews](http://tribunnews.com) (Sumardi, 2021), Blibli meraih Gold Medal untuk kategori Best Mobile Advertising Strategy dan Silver Medal untuk kategori Most Innovative Use of Mobile di Mob-Ex Awards 2021. Lalu pada [The Wires Global 2021](http://thewires.com), Blibli menjadi pemenang di kategori Best E-commerce Customer Acquisition Strategy dan Best Mobile Campaign.

Gambar 2.1 Logo Blibli



Sumber: Blibli.com

2.2 Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan

Dikutip dari laman Blibli (<https://www.blibli.com/page/why-blibli/>), Blibli adalah e-commerce sosial yang dikembangkan dengan visi untuk memberikan pengalaman berbelanja online yang aman, nyaman, dan membebaskan, dengan semangat:

Bring A Better Life, dengan:

1. *Safe and Secure Shopping*

Blibli bekerja sama dengan mitra perbankan terpercaya dan semua transaksi dijamin keamanannya dengan sertifikasi VeriSign dan *credit card fraud detection system*.

2. *Original Products*

Semua produk yang adadi Blibli adalah produk asli dan resmi. Blibli tidak menjual produk tiruan ataupun barang illegal.

3. *Enrichment from Experts*

Blibli menerbitkan artikel-artikel yang informatif dan bermanfaat serta ulasan produk dari para ahli untuk membantu pelanggan membuat keputusan yang cerdas dan tepat dalam berbelanja.

Keep It Simple, dengan:

1. *Intuitive Design*

Blibli didesain dengan tampilan yang *clean & simpel* juga sistem kategorisasi produk yang rapi dan sesuai dengan aktivitas serta gaya hidup,

sehingga semua produk dapat dicari dan ditemukan dengan mudah.

2. *Quick Check Out*

Proses transaksi pada Blibli cukup dilakukan dengan tiga langkah mudah, tambahkan ke keranjang, pilih metode pengiriman dan pembayaran, dan selesaikan transaksi sesuai dengan pilihan pembayaran.

Create Fun Experience, dengan:

1. *Fun Deals*

Berbelanja di Blibli lebih seru dan menyenangkan dengan adanya *weekly deals* yang menghadirkan penawaran berbeda tiap minggunya, sistem hadiah, dan kupon belanja khusus yang dapat digunakan untuk mendapatkan diskon.

2. *Personalized Shopping and Sharing Experience*

Berbelanja merupakan kegiatan personal yang lebih seru jika dilakukan bersama sahabat dan keluarga, karenanya Blibli menawarkan kemudahan personalisasi dan sharing pengalaman belanja lewat fitur My Blibli, seperti profil belanja pribadi, *wishlist*, poin dan bonus belanja khusus, juga kebebasan berbagi produk favorit lewat berbagai situs media sosial.

Set You Free, dengan

1. *Anytime Anywhere Shopping*

Blibli juga hadir dalam bentuk *Facebook Store* dan *Mobile Store* yang memungkinkan untuk berbelanja di mana saja dan kapan saja dengan media

yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi.

2. *Flexible Payment Method*

Blibli.com menawarkan beragam metode pembayaran, mulai dari kartu kredit master dan visa, klikBCA, juga transfer ke rekening BCA dan Bank Mandiri. Di Blibli.com pelanggan juga dapat membayar dengan fasilitas *installment* dan Cicilan 0%.

3. *Full Service Customer Center*

Semua pertanyaan, masukan, dan usulan, hingga proses retur akan dilayani dengan profesional dan berdedikasi oleh Customer Service Center Blibli.

Nilai-nilai perusahaan merupakan pedoman bagi manajemen dan karyawan yang perlu diwujudkan dalam bentuk tindakan dan perilaku yang sesuai secara konsisten. Dikutip dari laman karir Blibli (<https://careers.blibli.com/>), Blibli memiliki nilai-nilai perusahaan yang dikenal dengan RESPECT. Dari kata tersebut sudah menggambarkan nilai-nilai perusahaan yang saling menghargai satu sama lain. Penjelasan dari nilai-nilai RESPECT adalah sebagai berikut:

1. *Risk Taking*
2. *Excellence*
3. *Serving*
4. *Passionate & Proud*
5. *Encourage Growth & Innovation*
6. *Customer Focus*
7. *Teamwork*

2.3 Strategi Bisnis

Blibli menjalankan model bisnisnya yang berfokus pada skema B2B, B2C, dan B2B2C (www.blibli.com). Blibli menawarkan berbagai macam pilihan produk yang berkualitas yang bekerjasama dengan lebih dari 100.000 mitra usaha dengan berbagai kategori produk dan layanan. Terdapat 17 kategori produk dan layanan yang ditawarkan Blibli yaitu HP dan Tablet, Kamera, Komputer, Elektronik, Rumah Tangga, Hobi dan Mainan, Fashion Pria, Fashion Wanita, Kesehatan dan Kecantikan, Bliblimart, Ibu dan Anak, Olahraga, Tiket dan Voucher, Otomotif, Tur dan Travel, Galeri Indonesia, serta Tagihan dan Isi Ulang. Pengiriman di Blibli didukung oleh armada BES dan 15 mitra logistik, memiliki gudang sebanyak 20, dan 32 hub yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia.

Promosi penjualan yang dilakukan Blibli salah satunya yaitu berbentuk iklan yang menyampaikan informasi dari Blibli kepada audiens. Iklan dari Blibli disiarkan di beberapa media yaitu di televisi, media sosial seperti iklan pada Instagram dan Youtube, serta di Internet seperti iklan *banner*. Untuk menarik atensi dari audiens Blibli menggaet beberapa *public figure* ternama mulai dari artis hingga musisi dari tingkat lokal sampai internasional. Beberapa diantaranya yaitu Ardhito Pramono, Marion Jola, Niki Zefanya, dan artis Korea Selatan Park Seo Joon. Blibli juga memiliki *tagline* "karena kamu nomor satu" dan "*big choices big deals*" yang pesannya singkat dan mudah diingat oleh audiens.

Sepanjang tahun 2022, Blibli menampilkan beberapa jenis iklan di TV nasional yaitu iklan Blibli Big Payday, Blibli Ramadhan pasti berkah, iklan bertema 100% orisinal, pasti gratis ongkir, pasti tepat waktu yang menampilkan boyband

Korea NCT 127, Blibli pasti meriah yang mempromosikan diskon Rp 11, dan iklan pengenalan Bliblihome. TV nasional yang menyiarkan iklan Blibli diantaranya yaitu RCTI, Trans TV, Trans 7, SCTV, GTV dan MNC TV.

Blibli melakukan beberapa promosi dalam bentuk lainnya, beberapa diantaranya yaitu diskon, gratis ongkir (ongkos kirim), *voucher*, *cashback*, *flash sale*, dan lain-lain. Blibli juga mengadakan promosi pada saat-saat tertentu seperti pada Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) yang diadakan setiap tanggal 12 Desember dan pada tanggal cantik, contohnya seperti 9.9, 10.10, dan 11.11, yang mana pada tanggal tersebut Blibli memberikan diskon besar-besaran atau cuci gudang disertai dengan gratis ongkir. Selain itu *event* promosi pada momen tertentu contohnya seperti pada saat bulan Ramadhan.

Untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan sehingga pengguna percaya terhadap Blibli, Blibli menyediakan pelayanan *customer care* selama 24 jam 7 hari yang siap melayani pertanyaan dan keluhan pengguna. *Customer care* ini bisa dihubungi melalui telepon, email, twitter, dan fitur *live chat* pada aplikasi atau *website* Blibli. Blibli juga memberikan jaminan pengembalian produk dengan batas waktu klaim 15 hari setelah produk diterima oleh pembeli dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Selain itu, Blibli juga menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran seperti melalui transfer, COD, uang elektronik, dan metode pembayaran lainnya yang mudah digunakan, bekerjasama dengan mitra yang terpercaya, dan dijamin keamanannya. Blibli juga menerapkan kebijakan privasi untuk menetapkan tata cara perlindungan dan penggunaan informasi untuk

menjamin keamanan data pribadi pengguna sehingga pengguna tidak perlu khawatir data pribadinya disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

2.4 Karakteristik Pengguna Blibli

Target pasar Blibli adalah siapa saja yang memiliki *gadget*, akses internet, dan keinginan untuk membeli secara online. Menurut data dari (DailySocial.id, 2021) terdapat lebih banyak pelanggan berjenis kelamin laki-laki daripada perempuan, sekitar 52-53%, dan target pasarnya berusia 25 sampai 45 tahun. Karakteristik dari pelanggan Blibli adalah orang yang memiliki pekerjaan, merencanakan pendapatan, melek teknologi dan memiliki akses ke internet, serta orang yang ingin berbelanja dan membayar secara online. Per tahun 2021, pasar dari Blibli berada di Pulau Jawa, khususnya di Jakarta dan sekitarnya, dimana paling banyak ditemukan pelanggan dan penjual dari Blibli. Namun, ada kantong perkotaan lapis kedua, yaitu kota-kota besar di luar Jawa. Sekitar 80% bisnis berasal dari Jawa, dan 20% bisnis lainnya berasal dari luar Jawa.