

BAB II

E-COMMERCE BLIBLI DAN BRAND AMBASSADOR BLIBLI

Bab ini membahas terkait *E-Commerce* Blibli secara umum seperti atribut yang dimiliki oleh Blibli, keunggulan Blibli, serta layanan yang ditawarkan oleh Blibli. Selain membahas Blibli secara umum, bab ini juga mengulas *Brand Ambassador* terbaru yang dipilih oleh Blibli, yaitu Park Seo Jun.

2.1 E-commerce Blibli

Blibli merupakan *e-commerce* Indonesia yang hadir pada tahun 2011 dan bagian dari Grup Djarum. Agar menjadi *e-commerce* terbaik, Blibli terus meningkatkan pelayanannya dan bersaing dengan *e-commerce* lain yang ada di Indonesia seperti Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia. Blibli memiliki visi menjadi *e-commerce* nomor satu yang mempunyai jumlah pelanggan setia terbanyak. Agar bisa mencapai visi tersebut, Blibli memberikan berbagai pilihan produk dari 17 kategori seperti elektronik, hobi & mainan, *fashion*, kesehatan & kecantikan, produk rumah tangga, blibli mart, tiket travel dan tur, pembayaran tagihan dan isi ulang, serta masih banyak pilihan lainnya.

Hingga kini, konsumen dapat melakukan kegiatan belanja secara *online* di Blibli melalui website dan aplikasi Blibli. Demi menjaga kepercayaan pelanggan saat melakukan transaksi, Blibli melakukan kerja sama dengan berbagai mitra perbankan yang terpercaya. Sehingga, seluruh transaksi yang dilakukan di Blibli dilindungi keamanannya dengan sertifikasi dari VISA, *Master Card Secure Code*,

dan *Credit Card Fraud Detection System*. (sumber : <https://www.blibli.com/faq/topic/tentang-blibli/> diakses pada 4 Februari 2021)

Gambar 2.1
Logo dan Slogan Resmi Blibli



(Sumber : Blibli.com)

Menjadi *e-commerce* pilihan pertama bagi konsumen bukan jalan yang mudah. Blibli memerlukan identitas diri untuk bisa dikenali dengan mudah oleh konsumen dan tampil berbeda dari *e-commerce* lainnya. Logo merupakan bagian dari identitas dari sebuah perusahaan. Blibli sendiri memilih warna biru dan putih sebagai warna dominan yang digunakan dalam logo resminya. Selain digunakan

untuk logo, warna biru yang menjadi ciri khas Blibli juga digunakan dalam laman media sosial resmi milik Blibli.

Selain logo, Blibli juga menggunakan slogan atau *tagline* yang menjadi identitas Blibli serta mewakili prioritas pelayanan Blibli. Blibli telah melakukan beberapa kali perubahan dalam slogannya, diantaranya adalah “*Anytime, Anywhere, Shopping!*” dan “*Big Choice, Big Deals!*”. Slogan yang digunakan oleh Blibli saat ini adalah “*Karena Kamu No.1*”. Slogan ini sering ditampilkan oleh Blibli baik dalam iklan televisi, iklan cetak, maupun sosial media milik Blibli, hal ini diharapkan dapat membuat konsumen mengingat dan menempatkan Blibli sebagai *e-commerce* pilihan pertamanya.

Guna mendekatkan diri dengan konsumen, Blibli memiliki panggilan khusus untuk pelanggan setianya, yaitu Blibli friends. Panggilan ini digunakan oleh admin Blibli, yaitu Blimin. Interaksi antara Blimin dengan Blibli friends dilakukan baik melalui *customer care* maupun media sosial resmi milik Blibli, seperti Instagram dan Twitter.

Persaingan promo dan kelebihan yang dimiliki masing – masing e-commerce menjadi hal sering ditemui untuk mendapatkan hati konsumen. Blibli sendiri menawarkan berbagai kenyamanan serta keunggulan yang dimilikinya. Keunggulan yang ditawarkan Blibli diantaranya adalah cicilan 0% untuk semua produk, layanan antar barang internal yang dimiliki Blibli (*Blibli Express Service*), layanan *customer care* 24/7, layanan dompet digital khusus Blibli (*Bliplay*),

program loyalti bagi pelanggan Blibli (poin Blibli Reward), serta jaminan pengembalian barang atau *refund* selama 14 hari.

Gambar 2.2
Promo Khusus Blibli



(Sumber : Blibli.com)

2.2 Brand Ambassador Blibli

Park Seo Jun merupakan aktor asal Korea Selatan yang telah berkarir sejak tahun 2011. Berbagai drama serta film yang ia bintanginya telah sukses membawanya sebagai salah satu aktor terbaik di Korea Selatan. Drama yang dibintanginya oleh Park Seo Jun diantaranya adalah *She Was Pretty*, *Kill Me Heal Me*, *Dream High 2*, *Hwarang*, *Fight For My Way*, *What's Wrong with Secretary Kim* hingga *Itaewon Class*. Popularitasnya pun terus meningkat hingga manca negara. Saat ini Park Seo Jun menjadi aktor Korea Selatan dengan *followers* Instagram terbanyak ke-3 dengan jumlah *followers* lebih dari 15 juta *followers*. (sumber : <https://www.preview.ph/culture/10-most-followed-korean-actors-on-instagram-a00268-20200620> , diakses pada 21 Desember 2020).

Gambar 2.4
Pengumuman Park Seo Jun Sebagai



(Sumber : Blibli.com)

Pada akhir tahun 2020, Blibli mengumumkan bahwa Park Seo Jun terpilih sebagai brand ambassador terbarunya. Terpilihnya Park Seo Jun membuat pecinta *K-Entertainment* di Indonesia, khususnya jeomju (nama fans Park Seo Jun), gembira ketika mengetahui berita tersebut. Pasalnya, Park Seo Jun merupakan *brand ambassador* Blibli pertama yang berasal dari Korea Selatan.

Dalam rangka menyambut tahun baru serta terpilihnya Park Seo Jun sebagai *brand ambassador* terbarunya, Blibli menyelenggarakan kegiatan Histeria 12.12. Histeria 12.12 merupakan rangkaian kegiatan yang didalamnya terdapat acara fan *party @ home* dan *fun talk show*. Selain itu Blibli juga membagikan promo menarik khusus untuk pelanggan setia Blibli. Kegiatan Histeria 12.12 dilakukan secara *online* melalui aplikasi Blibli dan youtube live di channel resmi Blibli. (Sumber :

<https://www.blibli.com/friends/blog/park-seo-jun-di-blibli/> diakses pada tanggal 4 Februari 2021)

Gambar 2.4
Poster Kegiatan Histeria 12.12



(Sumber : Bilibli.com)

Selain kegiatan Histeria 12.12, Bilibli juga mengadakan giveaway untuk pengikut Instagram Bilibli yang rutin dilakukan setiap minggunya. Hal ini digunakan Bilibli sebagai sarana interaksi dengan pelanggan Bilibli, *Bilibli Friends*, melalui media social resminya. Penentuan pemenang dilakukan secara acak dengan melihat ketentuan – ketentuan tertentu.