

## Evolusi dan Dampak Transformasi Perkembangan UMKM Digital Melalui E-Commerce Go Digital Mitra

Daffa Fariesta<sup>1</sup>, Sutrisno<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, [daffafariesta@gmail.com](mailto:daffafariesta@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

### ABSTRACT

*This research provides a comprehensive overview of the development and transformation of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Indonesia in the era of digitalization, focusing on the Go Digital program by Bukalapak. The digital era has redefined the traditional paradigm of MSMEs, enabling them to access broader markets and interact directly with consumers through e-commerce platforms such as Bukalapak. This shift not only enhances the visibility and sales of MSMEs but also supports digital inclusion and empowers the local economy. With the Go Digital program, Bukalapak offers a platform that facilitates MSMEs to sell products online, while also providing support in aspects of marketing, logistics, and transaction security. This research highlights the importance of collaboration between the government and digital platforms to support the growth of MSMEs and the positive impact generated from this synergy, including enhancing the competitiveness of MSMEs in the global market and improving digital literacy. This research utilizes a normative legal research method, which is based on the study of norms and prevailing regulations, and their relevance to the technological developments in society within MSMEs. This research examines constraints such as low digital literacy and logistical issues that need to be addressed, while also emphasizing the importance of understanding and seriously addressing these challenges to ensure the successful transformation of MSMEs through digital platforms.*

<b>Keywords</b>	Digitalization; Economy; MSMEs
<b>Cite This Paper</b>	Fariesta, D., & Sutrisno. (2025). Evolusi dan Dampak Transformasi Perkembangan UMKM Digital Melalui E-Commerce Go Digital Mitra. <i>Legal Spirit</i> , 9(1).
<b>Manuscript History:</b> <u>Received:</u> April 6, 2024  <u>Accepted:</u> March 28, 2025  <u>Corresponding Author:</u> Daffa Fariesta, <a href="mailto:daffafariesta@gmail.com">daffafariesta@gmail.com</a>	 Legal Spirit is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License <b>Indexed:</b>     <b>Layout Version:</b> V8.2024

### PENDAHULUAN

Dalam mendorong UMKM agar lebih berdaya dalam ekosistem digital, perlu adanya pemahaman yang mendalam tentang cara kerja pasar digital, termasuk kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Hal ini mengharuskan UMKM untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan trend pasar terkini. Pendidikan dan pelatihan berkelanjutan bagi pelaku UMKM tentang penggunaan teknologi digital dan strategi bisnis online menjadi kunci untuk mengoptimalkan keberadaan mereka di platform e-commerce. Selain itu, pentingnya kerja sama antara platform e-commerce dengan pemerintah dan lembaga pendidikan dalam menciptakan program pelatihan dan pendampingan untuk

UMKM juga tidak dapat diabaikan. Program-program ini bisa membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan teknis, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan bisnis online secara umum. Pengembangan infrastruktur digital dan logistik juga memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM digital. Akses ke internet yang cepat dan stabil, serta sistem logistik yang efisien, memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menyediakan layanan yang lebih baik kepada konsumen. Pemerintah dapat berperan dalam mempercepat pembangunan infrastruktur ini, sekaligus menciptakan regulasi yang mendukung pertumbuhan e-commerce dan melindungi baik pelaku UMKM maupun konsumen.<sup>1</sup>

Revolusi digital telah mengubah lanskap ekonomi global, membawa perubahan yang signifikan bagi pelaku bisnis di semua level, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia, menghadapi kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan ini guna bertahan dan berkembang dalam kompetisi pasar. Era digital membawa berbagai peluang baru bagi UMKM, seperti akses pasar yang lebih luas, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan efisiensi melalui otomatisasi proses bisnis. Namun, transisi ke ekonomi digital juga menghadirkan tantangan yang signifikan, termasuk kebutuhan akan pengetahuan dan keterampilan digital, persaingan yang meningkat, serta isu keamanan dan privasi data. Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin maju, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada berbagai tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan bisnis mereka. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah mengubah cara UMKM beroperasi, memasarkan produk, dan berinteraksi dengan konsumen.<sup>2</sup>

E-commerce, sebagai salah satu wujud dari revolusi digital, telah menjadi platform penting yang memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi biaya transaksi. Program Go Digital Mitra Bukalapak muncul sebagai salah satu inisiatif yang dirancang untuk memfasilitasi transisi UMKM ke ranah digital, memberikan mereka akses ke pasar online yang lebih luas, serta mendukung pengembangan kapasitas digital mereka. Pendahuluan ini akan membahas pentingnya transformasi digital bagi UMKM, dengan fokus khusus pada program Go Digital Mitra Bukalapak. Akan dijelaskan bagaimana program ini berupaya memperkuat posisi UMKM di Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar global yang ketat. Pendahuluan ini juga akan menyoroti peran vital teknologi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan inklusi sosial, serta bagaimana regulasi hukum seperti UU ITE dan KUH Perdata memberikan kerangka kerja yang mendukung ekosistem e-commerce yang sehat dan adil. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi, serta rekomendasi untuk memaksimalkan potensi e-commerce dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia.<sup>3</sup>

## METODE

---

<sup>1</sup> Kominfo. (2021, Juli 30). Inilah Dukungan Pemerintah Agar UMKM Go Digital dan Go Global. *Berita Kominfo*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/36064/inilah-dukungan-pemerintah-agar-umkm-go-digital-dan-go-global/0/berita>

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Yongki Teguh Setiaji & Riko Rahmad Adriansyah, "Go-UMKM: Program Transformasi Pelaku Bisnis Lokal Konvensional Menuju Bisnis Digital untuk Menyelesaikan Permasalahan SDGs", *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, Vol.2, No.1, Mei 2022, 61.

Dalam menganalisis fitur "Go Digital Mitra Bukalapak" menggunakan pendekatan hukum normatif, penelitian ini mengeksplorasi berbagai peraturan perundang-undangan yang relevan untuk memahami kerangka hukum yang mendukung praktik perdagangan elektronik dan perlindungan konsumen dalam konteks digital. Pendekatan hukum normatif memungkinkan penelitian untuk secara sistematis meninjau dan mengevaluasi peraturan yang ada, termasuk Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan regulasi lain yang berkaitan dengan e-commerce. Dengan memfokuskan pada peraturan perundang-undangan, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana peraturan tersebut mendukung inisiatif "Go Digital" dari Bukalapak dalam upaya meningkatkan partisipasi UMKM di pasar digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Era digitalisasi dan kehadiran platform *e-commerce* seperti bukhalapak yang bersinergi mengembangkan digitalisasi perkembangan UMKM secara *go digital* mitra Bukalapak telah memberikan perubahan mendasar terhadap model bisnis UMKM. Dahulu, UMKM cenderung mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen atau melalui agen dan perantara. Namun, dengan pergeseran ke ranah digital, UMKM kini memiliki opsi untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen melalui platform *e-commerce* bukhalapak dalam sinergi *go digital* yang juga bekerjasama dengan pemerintah. Pergeseran ini menandai transformasi signifikan dalam cara UMKM beroperasi di era digital sekarang. Melalui platform *e-commerce*, UMKM dapat mengakses pasar yang sebelumnya sulit dijangkau karena keterbatasan geografis, atau penawaran yang ditawarkan secara media offline melalui perantara yang dinilai lebih merepotkan bagi masyarakat maupun perantara usaha yang dilakukan secara tidak efektif. Oleh karena itu Lahirnya Mitra Bukalapak di bidang UMKM didasarkan pada tujuan utama untuk memberikan dukungan dan memajukan sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia untuk dapat mengembangkan bisnis *e-commerce* secara digital atau online yang juga memiliki karakteristik untuk mempermudah sektor usaha bisnis diantara masyarakat dengan perusahaan *start-up* sekarang. Bukalapak, sebagai salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia, merespons kebutuhan mendesak para pelaku UMKM yang sering mengalami tantangan akses pasar, promosi, dan peningkatan daya saing. Melalui program Mitra Bukalapak, perusahaan bertujuan untuk memberdayakan UMKM dengan menyediakan platform digital yang memudahkan mereka untuk menjual produk secara online.<sup>4</sup>

Era digitalisasi secara tidak langsung telah menghilangkan perantara tradisional, mereka mendapatkan kontrol lebih besar atas strategi pemasaran, penetapan harga, dan interaksi langsung dengan pelanggan. Dalam konteks ini, UMKM dapat memanfaatkan potensi penuh teknologi untuk membangun merek mereka, meningkatkan visibilitas, dan mendiversifikasi pangsa pasar mereka. Dengan adanya sinergi *go digital* dalam bukhalapak selain memiliki tingkat efektifitas yang lebih memudahkan *e-commerce* digital bukhalapak juga telah memiliki aturan yang mengatur secara jelas dasar hukum dalam transaksi elektronik, perlindungan konsumen, tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik di dalam *e-commerce* bukhalapak sehingga dapat menjanjikan dan memberikan rasa keamanan bagi para penggunanya, akses digital melalui aplikasi modern dalam tracking barang di era digital sekarang juga lebih canggih dan mempermudah setiap konsumen melakukan akses

---

<sup>4</sup> Bukalapak. (2023, Januari 19). Dukung UMKM Go Digital, Mitra Bukalapak Siap Bersinergi Dengan Pemerintah. *Bukalapak blog*. <https://blog.bukalapak.com/berita/dukung-umkm-go-digital-mitra-bukalapak-siap-bersinergi-dengan-pemerintah>

online secara langsung dimana mereka dapat mengetahui keberadaan benda yang dikirimkan secara online.<sup>5</sup>

Dalam menjamin keamanan dan perlindungan penggunaan bukalapak sebagai media bisnis UMKM digital telah menerapkan perlindungan hukumnya bagi konsumen dan pelaku usaha bukalapak demi menjamin berjalannya evolusi dunia bisnis digital yang aman dalam konteks *e-commerce*, berikut beberapa peraturan perundang-undangan yang diterapkan dalam mendukung pengembangan *e-commerce* bukalapak di era digital:

1. Pasal-pasal dalam kitab BW, seperti Pasal 1481, 1480, 1487, 1488, 1496, 1501, 1502, dan 1509, memberikan landasan hukum terkait dengan hak konsumen di Bukalapak, khususnya dalam konteks ganti rugi. Pasal-pasal ini menyediakan kerangka hukum yang jelas mengenai kewajiban ganti rugi apabila terjadi kelalaian, wanprestasi, atau pelanggaran dalam transaksi *e-commerce* di platform tersebut. Oleh karena itu, landasan hukum ini memberikan hak konsumen untuk memperoleh kompensasi atau penggantian atas kerugian yang mungkin mereka alami selama transaksi di Bukalapak. Dengan demikian, pasal-pasal tersebut menjadi landasan yang penting dalam melindungi hak konsumen dan mendorong praktik bisnis di era digital yang fair dan transparan di dunia *e-commerce*.<sup>6</sup>
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) turut berperan penting dalam mendukung *e-commerce* Bukalapak. UU ITE ini memberikan landasan hukum yang jelas dan komprehensif terhadap berbagai aspek *e-commerce* pada era digital, mencakup definisi, pemahaman, dasar hukum, peran penyelenggara, serta hubungan hukum pelaku transaksi elektronik. Aturan tersebut juga mengatur tentang pentingnya penyediaan informasi yang akurat dan memberikan perlindungan yang memadai terhadap konsumen. Dengan demikian, UU ITE memberikan dasar hukum yang kokoh untuk menjalankan *e-commerce* pada bukalapak *go digital* dengan tertib dan memberikan perlindungan yang optimal kepada pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik sehingga ada kepastian hukum yang diberikan.<sup>7</sup>
3. Dalam implementasi program Bukalapak *Go Digital*, perusahaan *e-commerce* ini terlibat dalam perdagangan elektronik sesuai dengan dasar hukum Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pasal tersebut mengamanatkan bahwa penjual barang atau jasa dalam perdagangan elektronik wajib memberikan informasi kepada konsumen yang bersifat jujur, asli, dan akurat. Dalam konteks ini, Bukalapak, sebagai penyelenggara platform *e-commerce* di Indonesia, memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan oleh penjual, terutama UMKM yang bermitra dengan platform ini, memenuhi standar kejujuran dan akurasi yang diatur oleh hukum. Melalui program *Go Digital*, Bukalapak berperan sebagai perantara antara penjual dan konsumen, sehingga perlu memastikan agar UMKM yang berpartisipasi di platformnya memahami dan mematuhi prinsip-prinsip yang diamanatkan oleh Pasal 65. Dengan demikian, Bukalapak *Go Digital* bertujuan untuk tidak hanya memberikan akses yang lebih luas kepada UMKM dalam ekosistem digital, tetapi juga untuk menjaga

---

<sup>5</sup> Awal Habibah & Dwi Rizky Ananda, "Analisis Pengaruh Pelayanan C2C E-Commerce Bukalapak.com terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi", *Journal Innovatio*, Vol.XVI, No.2, Desember 2016, 121.

<sup>6</sup> Marko Cahya Sutanto. (2021). *Prospek Penggunaan United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG)*. Bandung: Penerbit alumni. H. 80.

<sup>7</sup> Dewa Gede Ananta Prasetya, "Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online", *Journal Konstruksi Hukum*, Vol.3, No.2, April 2022, 367.

integritas informasi yang disediakan, menciptakan lingkungan perdagangan elektronik yang adil, dan sejalan dengan prinsip-prinsip kepercayaan konsumen.<sup>8</sup>

4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik merupakan langkah konkret dalam implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang secara signifikan mendukung pertumbuhan UMKM digital, termasuk di platform Bukalapak. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik mengatur aspek pendaftaran pedagang dalam perdagangan elektronik, memberikan dasar formal bagi UMKM yang bermitra dengan Bukalapak untuk berpartisipasi dalam ekosistem digital dengan akses pasar yang lebih luas. Ketentuan pendaftaran sebagai izin usaha ini memberikan kepastian hukum terkait keberadaan dan kegiatan UMKM di platform, menciptakan landasan yang terstruktur. Selain itu, peraturan ini menetapkan standar perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, memastikan bahwa UMKM memberikan informasi yang jujur, transparan, dan akurat kepada konsumen. Dengan demikian, aturan dasar tersebut menjadi dasar hukum yang jelas bagi Bukalapak dalam membantu UMKM digital tumbuh dan bersaing di ranah digital, menciptakan ekosistem *e-commerce* yang teratur, dan berkelanjutan di Indonesia.<sup>9</sup>

Keberadaan Mitra Bukalapak merupakan respons yang sejalan dengan tren digitalisasi di sektor bisnis, di mana transformasi digital diakui sebagai metode efektif untuk meningkatkan produktivitas dan mengatasi dinamika perubahan zaman. Era digital membawa dampak signifikan terhadap cara bisnis dilakukan, dan Mitra Bukalapak hadir sebagai langkah strategis dalam menghubungkan UMKM dengan dinamika positif perubahan ini. Program ini menjadi bentuk konkret dukungan terhadap UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi dan ekosistem digital, memasuki ruang online, dan meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang semakin terhubung secara global. Mitra Bukalapak bukan sekadar solusi praktis untuk kebutuhan UMKM, melainkan juga sebagai inisiatif yang memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Dengan memberikan akses kepada UMKM untuk berpartisipasi dalam perdagangan online, program ini tidak hanya menciptakan efisiensi operasional tetapi juga memberikan peluang untuk ekspansi bisnis dan peningkatan potensi pendapatan.<sup>10</sup>

Dalam konteks ini, Mitra Bukalapak menjadi wadah bagi UMKM untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan memanfaatkannya sebagai sarana untuk meraih kesuksesan bisnis. Melalui pendekatan inklusifnya, Mitra Bukalapak memberikan dampak positif dalam menghadirkan solusi terkait tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam ekosistem digital. Program ini mendorong kolaborasi yang erat antara pelaku bisnis kecil dan menengah dengan teknologi digital, membentuk dasar pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan di Indonesia. Dengan demikian, keberadaan Mitra Bukalapak dapat dipandang sebagai langkah strategis yang tidak hanya mengikuti tren digital, tetapi juga membentuk fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan perkembangan UMKM serta ekonomi digital di Indonesia.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hal 369

<sup>9</sup> *Ibid*, hal 368

<sup>10</sup> Antara Kantor Berita Indonesia. (2023, November 15). Mitra Bukalapak Tingkatkan Dampak Sosioekonomi Lewat Transformasi Warung. *PRNewswire*. <https://www.antaraneews.com/berita/3824703/mitra-bukalapak-tingkatkan-dampak-sosioekonomi-lewat-transformasi-warung>

<sup>11</sup> *Ibid*

Berikut rincian manfaat yang didapatkan sekaligus dampak positif yang diberikan dari adanya *e-commerce go digital* mitra bukalapak pada era digitalisasi dalam pengembangan UMKM di Indonesia:<sup>12</sup>

- a. **Peningkatan Branding dan Visibilitas**, Melalui Mitra Bukalapak, UMKM dapat membangun dan meningkatkan branding mereka secara online sekaligus perlindungan hingga sanksi blacklist yang diterapkan telah diatur khusus dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang dimana setiap Perusahaan atau usaha juga harus didaftarkan secara wajib perizinannya. Dengan memiliki keberadaan digital, UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen, meningkatkan visibilitas merek, dan membangun kepercayaan pelanggan sehingga juga menimbulkan kepastian hukum.
- b. **Analisis Data dan Insight Konsumen**, Mitra Bukalapak menyediakan alat analisis data yang dapat membantu UMKM untuk memahami perilaku konsumen, tren penjualan, dan preferensi pasar. Dengan informasi ini, UMKM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan mengambil keputusan yang lebih tepat berdasarkan data. Bahkan dengan adanya aplikasi *e-commerce* secara online melalui bukalapak ini semakin terjamin dengan adanya aturan yang melindungi data privasi dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- c. **Fasilitas Pengiriman dan Logistik**, Bahwa telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yaitu mitra bertanggung jawab atas barang yang dikirimkan. Melalui integrasi dengan penyedia jasa logistik, Mitra Bukalapak memberikan fasilitas pengiriman yang terintegrasi. Ini mempermudah UMKM untuk mengelola proses pengiriman barang, memberikan kemudahan bagi pelanggan, dan mendukung kehandalan layanan mereka.
- d. **Peluang Kolaborasi dan Jaringan**, Mitra Bukalapak menciptakan peluang kolaborasi antar-UMKM, memungkinkan mereka saling bekerja sama, berbagi pengalaman, dan meningkatkan eksposur bisnis. Hal ini dapat memperluas jaringan dan memberikan ruang bagi UMKM untuk belajar dan tumbuh bersama.
- e. **Keamanan Transaksi dan Data**, berdasarkan UU 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi telah menjadi acuan utama dalam keamanan data yang dijamin sebagai implementasi berdasarkan Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) turut berperan penting dalam mendukung *e-commerce* Bukalapak Melalui fitur keamanan yang diterapkan oleh Mitra Bukalapak, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat mengenai keamanan data privasi yang terlindungi dalam UMKM untuk dapat memberikan rasa aman kepada konsumen dalam melakukan transaksi online. Keamanan data juga menjadi prioritas, menjaga kerahasiaan informasi pelanggan dan transaksi bisnis.
- f. **Pemberdayaan Wanita dan Pengusaha Muda**, Mitra Bukalapak secara aktif mendukung pemberdayaan perempuan dan pengusaha muda. Program dan dukungan khusus diberikan kepada UMKM yang dipimpin oleh wanita atau pengusaha muda, memberikan mereka peluang setara untuk berkembang dan sukses di dunia bisnis digital.
- g. **Fleksibilitas dan Kemudahan Pengelolaan Usaha**, Platform Mitra Bukalapak memberikan fleksibilitas kepada UMKM untuk mengelola usaha mereka dengan mudah. Mulai dari mengatur stok, mengubah harga, hingga memantau performa penjualan, semua dapat dilakukan secara efisien melalui platform digital ini, memberikan kebebasan dan kemudahan pengelolaan usaha.

---

<sup>12</sup> Nur Cahyadi. (2022). *BISNIS DIGITAL : Sebuah Peluang di Era Digital*. Indramayu: Adanu Abimata. H. 82.

Melalui platform online-to-offline (O2O) pertama di Indonesia, Mitra Bukalapak menciptakan ekosistem yang memungkinkan UMKM untuk memiliki akses lebih luas ke produk fisik dan finansial. Evolusi ini menangkap esensi transformasi digital, di mana UMKM dapat melebarkan sayapnya tanpa terkendala oleh batasan fisik dan geografis. Pemanfaatan aplikasi Mitra Bukalapak bukan hanya sekadar memperluas SKU produk, tetapi juga menjadi solusi terhadap hambatan dalam rantai suplai dan pengadaan, memungkinkan UMKM untuk bersaing lebih efektif dalam pasar yang semakin terhubung. Dampak positif tak hanya dirasakan dalam hal akses produk, melainkan juga dalam memfasilitasi UMKM untuk mendapatkan dukungan finansial. Mitra Bukalapak memberikan kesempatan kepada UMKM untuk menerima dukungan finansial yang dapat mendukung perkembangan usaha mereka, memberikan akses kepada sumber daya yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau. Secara keseluruhan, evolusi UMKM digital melalui *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak tidak hanya melibatkan perubahan pada tingkat teknologi dan platform, tetapi juga menciptakan pergeseran paradigma dalam cara UMKM beroperasi. Inisiatif ini menjadi contoh nyata bagaimana kolaborasi antara sektor swasta dan pemerintah dapat membentuk ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM di era digital. Transformasi ini tidak hanya menciptakan peluang baru bagi UMKM, tetapi juga mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan di Indonesia.<sup>13</sup>

Dalam konteks evolusi UMKM digital melalui *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak, pergeseran ini juga mencakup peningkatan daya saing UMKM di tingkat global. Penerapan teknologi dan akses ke pasar online yang lebih luas melalui platform Mitra Bukalapak memberikan UMKM peluang untuk bersaing di tingkat internasional. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan menghadirkan inovasi yang sesuai dengan tren pasar global. Selain itu, transformasi ini turut melibatkan perubahan dalam pola konsumen. Mitra Bukalapak tidak hanya menyediakan platform untuk UMKM, tetapi juga menciptakan pengalaman belanja digital yang memikat bagi konsumen. Ini mencakup penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis data untuk memberikan rekomendasi produk yang lebih personal, meningkatkan kenyamanan transaksi, dan menciptakan hubungan yang lebih erat antara UMKM dan konsumen.<sup>14</sup>

Dampak sosial juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari evolusi ini. Mitra Bukalapak memberdayakan beragam segmen masyarakat, termasuk perempuan dan generasi muda, untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi digital. Hal ini sejalan dengan agenda inklusivitas dan pemberdayaan yang diperjuangkan oleh pemerintah dan sektor swasta. Secara keseluruhan, evolusi UMKM digital melalui *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak menciptakan transformasi yang holistik, tidak hanya memengaruhi aspek teknologi dan bisnis, tetapi juga membentuk lanskap sosial dan ekonomi. Dengan terus mendorong inovasi dan kolaborasi yang inklusif, inisiatif ini berpotensi menjadi pionir dalam mengarahkan UMKM Indonesia ke arah yang lebih berdaya, berkelanjutan, dan berdampak positif secara luas. Transformasi UMKM melalui *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan literasi digital di kalangan pelaku bisnis skala kecil dan menengah. Program ini secara efektif melibatkan UMKM dalam penggunaan teknologi informasi, memperluas pengetahuan mereka dalam mengelola bisnis secara online, serta memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di era digital namun hal tersebut secara tidak langsung merubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih instan. Keberlanjutan *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak mendorong UMKM untuk memanfaatkan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Dengan memanfaatkan platform digital bukalapak, UMKM

---

<sup>13</sup> Bukalapak, *Op.cit*

<sup>14</sup> Muh. Nur Upda. (2022). *PERDAGANGAN INTERNASIONAL E-Commerce dan Prinsip-Prinsip Hukum Transaksi Elektronik*. Yogyakarta: Jejak Pustaka. H. 11.

dapat mengoptimalkan rantai pasok mereka, mengurangi limbah, dan menerapkan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan secara ekologis.<sup>15</sup>

Selain itu, transformasi ini juga menciptakan hubungan yang lebih erat antara UMKM dan komunitas lokal. Melalui interaksi online, UMKM dapat membangun jaringan, memperluas pangsa pasar mereka, dan secara positif berkontribusi pada ekonomi lokal. Dengan cara ini, *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak tidak hanya menjadi pendorong pertumbuhan individual UMKM, tetapi juga mendukung pembangunan komunitas yang lebih kuat. Terakhir, peran Mitra Bukalapak dalam membantu UMKM untuk memahami dan mematuhi peraturan dan kebijakan perdagangan elektronik juga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih teratur dan terpercaya. Ini menciptakan kepastian hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendukung perkembangan ekosistem bisnis digital secara keseluruhan. Dengan begitu, *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak tidak hanya membawa dampak positif pada tingkat operasional UMKM, tetapi juga turut menciptakan perubahan positif pada tingkat sosial, lingkungan, dan keberlanjutan, menciptakan ekosistem bisnis yang berdaya dan berdampak positif di Indonesia.<sup>16</sup> Namun semua juga memiliki kendala termasuk dalam penerapan *E-Commerce Go Digital* mitra Bukalapak, berikut rincian kendala yang memberikan dampak signifikan dalam penerapan digitalisasi *e-commerce* di Indonesia:<sup>17</sup>

- a. **Tantangan Terkait Penipuan dan Kecurangan**, Dalam ekosistem *E-Commerce* bukalapak perlu adanya kehati-hatian dalam penipuan karena semakin canggih era teknologi membuat banyak sekali cara untuk melakukan kejahatan seperti kecurangan pada penjualan *e-commerce* maupun penipuan, UMKM dan konsumen mungkin menghadapi risiko penipuan dan kecurangan walaupun telah diatur perlindungan pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik setiap orang tetap perlu teliti dalam menggunakan *e-commerce* karena hal ini dapat melibatkan transaksi palsu, produk palsu, atau praktik tidak etis lainnya. Meskipun platform seperti Bukalapak memiliki mekanisme keamanan, tantangan ini tetap menjadi fokus untuk memastikan kepercayaan konsumen dan keamanan transaksi.
- b. **Keterbatasan Infrastruktur Logistik di Beberapa Daerah**, Kendala logistik seperti transportasi dan penyimpanan barang mungkin menjadi tantangan, terutama di daerah terpencil. Pengiriman barang yang tidak efisien dapat memengaruhi kepuasan konsumen dan meningkatkan biaya pengiriman, yang kemudian berdampak pada kesehatan keuangan UMKM.
- c. **Kesulitan dalam Menyesuaikan Model Bisnis**, Beberapa UMKM mungkin mengalami kesulitan dalam menyesuaikan model bisnis *e-commerce* mereka dengan kebutuhan pasar online. Strategi pemasaran yang efektif dan pembangunan merek online memerlukan penyesuaian dan pemahaman yang mendalam terhadap perilaku konsumen digital.
- d. **Perubahan Selera Konsumen dan Tren Pasar**, Dinamika pasar online seperti bukalapak cenderung berubah dengan cepat. UMKM perlu dapat mengikuti perubahan selera konsumen dan tren pasar untuk tetap relevan. Kesulitan ini dapat menjadi hambatan dalam merancang strategi pemasaran yang tepat waktu dan efektif.
- e. **Isu Kekayaan Intelektual**, UMKM yang menjual produk kreatif dan inovatif mungkin

---

<sup>15</sup> Zul Rachmat, Aditya Pandowo, dkk. (2023). *Digital Marketing Dan E- Commerce*. Padang: Global Eksekutif Teknologi. H. 208.

<sup>16</sup> *Ibid*

<sup>17</sup> Munaldi & Tyas Tia Mutiara, "Analisis Kendala Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Produktivitas Usaha Perbelanjaan", *Journal Manekin*, Vol.1, No.2, Desember 2022, 48.

menghadapi risiko terkait kekayaan intelektual yang dijadikan sebagai objek. Perlindungan terhadap hak cipta, merek dagang, dan paten menjadi penting, terutama di lingkungan online dalam *e-commerce* bukalapak dimana reproduksi dan distribusi produk dapat lebih mudah hal tersebut masuk kedalam kerahasiaan data penting.

- f. **Pentingnya Pengelolaan Reputasi Online**, Reputasi online di dalam penjualan *e-commerce* dapat sangat memengaruhi keberhasilan UMKM dalam ekosistem digital karena di dalam sanksi Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bagi yang melanggar aturan transaksi digital akan dikenakan sanksi blacklist. Ulasan dan testimoni konsumen memiliki dampak besar terhadap citra dan kepercayaan konsumen pada media platform. Oleh karena itu, UMKM perlu memahami pentingnya manajemen reputasi online dan respons cepat terhadap masalah yang mungkin timbul.
- g. **Pemenuhan Persyaratan Teknis dan Administratif**, UMKM diharuskan untuk mematuhi berbagai persyaratan teknis dan administratif yang ditetapkan oleh platform *E-Commerce* seperti Bukalapak. Hal ini mencakup ketentuan terkait deskripsi produk, kebijakan pengembalian, dan kepatuhan terhadap peraturan dan aturan yang berlaku namun terkadang bukalapak memiliki persetujuan berisi ketentuan aturan yang perlu disetujui sebelum menggunakan media platform online tersebut.
- h. **Dukungan Teknis yang Terbatas**, Beberapa UMKM mungkin menghadapi kendala terkait dukungan teknis dalam mengelola toko online mereka di bukalapak. Memahami dan mengatasi masalah teknis seperti pembaruan platform, integrasi sistem, dan perbaikan teknis lainnya dapat menjadi tantangan, terutama bagi yang memiliki keterbatasan sumber daya. Banyak sekali pada era sekarang ini orang tua maupun muda yang masih tidak mengerti cara menggunakan teknologi era digital dan tidak dapat melakukan pengaplikasian media elektronik karena kurangnya pemahaman.
- i. **Perubahan Kebijakan Platform**, UMKM yang bergantung pada platform *E-Commerce* seperti Bukalapak harus memperhatikan perubahan kebijakan yang mungkin dilakukan oleh platform tersebut. Perubahan aturan dan kebijakan dapat mempengaruhi strategi bisnis dan operasional UMKM, sehingga memerlukan adaptasi yang cepat dan efisien. Namun terkadang kebijakan yang dikeluarkan berisi suatu teks yang cukup panjang sehingga bagi orang yang kurang dalam literasi akan tidak mengetahui ketentuan yang ada.

Secara keseluruhan, eksplorasi mengenai evolusi dan dampak hukum dagang dalam era digitalisasi, dengan fokus pada studi kasus perusahaan startup di Indonesia, memberikan gambaran mendalam tentang transformasi UMKM melalui *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak. Program ini lahir dengan tujuan memberikan dukungan holistik kepada UMKM, mulai dari akses pasar digital hingga pembayaran dan pelatihan. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, memberikan landasan yang kuat untuk pertumbuhan ekosistem bisnis digital. Meski manfaatnya signifikan, perlu diakui bahwa transformasi ini tidak lepas dari kendala, seperti penipuan dan isu-isu logistik. Dengan pemahaman mendalam dan penanganan serius terhadap tantangan tersebut, *E-Commerce Go Digital* Mitra Bukalapak tetap menjadi pionir dalam mendukung pertumbuhan UMKM Indonesia di era digital, menciptakan dampak positif yang meluas dalam ekonomi digital negara ini.

## PENUTUP

Transformasi digital melalui *e-commerce*, khususnya program *Go Digital* Mitra Bukalapak, telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Indonesia. Melalui platform Bukalapak, UMKM mendapat kesempatan untuk memperluas pasar, meningkatkan visibilitas produk mereka, dan berinteraksi langsung dengan konsumen tanpa batasan geografis. Ini tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM

tetapi juga mendukung inklusi digital dan pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam konteks perlindungan hukum, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memainkan peran krusial dalam menciptakan lingkungan *e-commerce* yang aman dan terpercaya. UU ITE menetapkan kerangka hukum untuk transaksi elektronik, termasuk aspek keamanan data, transaksi, dan perlindungan konsumen dalam lingkup *e-commerce*. Regulasi ini memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi, dan transaksi online dilakukan dengan cara yang adil dan transparan.

Ketentuan-ketentuan dalam KUH Perdata seperti yang berkaitan dengan perjanjian, wanprestasi, dan ganti rugi, memberikan perlindungan kepada konsumen sekaligus mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik. Sinergi antara regulasi yang ada, seperti UU ITE dan KUH Perdata, dengan inisiatif digital seperti program Go Digital Mitra Bukalapak, menciptakan ekosistem *e-commerce* yang mendukung pertumbuhan UMKM sekaligus melindungi hak-hak konsumen. Namun, diperlukan upaya berkelanjutan dari semua pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan platform *e-commerce*, untuk memastikan implementasi regulasi yang efektif dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang cepat. Ini penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dapat berlangsung secara inklusif, berkelanjutan, dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Sutanto, Marko Cahya. (2021). *Prospek Penggunaan United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG)*. Bandung: Penerbit alumni.

Cahyadi, N. (2022). *BISNIS DIGITAL : Sebuah Peluang di Era Digital*. Indramayu: Adanu Abimata.

Upda, Muhammad Nur. (2022). *PERDAGANGAN INTERNASIONAL E-Commerce dan Prinsip-Prinsip Hukum Transaksi Elektronik*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.

Rachmat, Z., Pandowo, A., dkk. (2023). *Digital Marketing Dan E- Commerce*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

### Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 5512).

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atas perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 5952).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 6420).

### Artikel Jurnal

Habibah, A & Ananda, Dwi Rizky. (2016). Analisis Pengaruh Pelayanan C2C E-Commerce Bukalapak.com terhadap epuasan Konsumen Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi. *Journal Innovatio*, 16(2), 119-126.

- Prasetya, Dewa Gede Ananta, (2022), Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online, *Journal Konstruksi Hukum*, 3(2), 365-370.
- Munaldi dan Mutiara Tyas Tia. Analisis Kendala Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Produktivitas Usaha Perbelanjaan. *Journal Manekin*, 1(2), 45-49.
- Setiaji, Yongki Teguh & Adriansyah, Riko Rahmad. Go-UMKM: Program Transformasi Pelaku Bisnis Lokal Konvensional Menuju Bisnis Digital untuk Menyelesaikan Permasalahan SDGs. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, 2(1), 51-64.

### **Website**

- Bukalapak. (2023). Dukung UMKM Go Digital, Mitra Bukalapak Siap Bersinergi Dengan Pemerintah. <https://blog.bukalapak.com/berita/dukung-umkm-go-digital-mitra-bukalapak-siap-bersinergi-dengan-pemerintah> diakses pada hari Kamis, 25 Januari 2024 pukul 14.00 WIB.
- Antara Kantor Berita Indonesia. (2023). Mitra Bukalapak Tingkatkan Dampak Sosioekonomi Lewat Transformasi Warung. <https://www.antaraneews.com/berita/3824703/mitra-bukalapak-tingkatkan-dampak-sosioekonomi-lewat-transformasi-warung> diakses pada hari Jumat, 26 Januari 2024 pukul 15.30 WIB.
- Kominfo. (2021). Inilah Dukungan Pemerintah Agar UMKM Go Digital dan Go Global. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/36064/inilah-dukungan-pemerintah-agar-umkm-go-digital-dan-go-global/0/berita> diakses pada hari Jumat, 26 Januari 2024 pukul 16.00 WIB.

