

Langkah Kecil Menuju Masa Depan Berkelanjutan

Small Steps Towards
Sustainable Future



2023

Laporan Keberlanjutan
Sustainability Report

Penjelasan Tema

Theme Rationale

Langkah Kecil Menuju Masa Depan yang Berkelanjutan

Small Steps Towards Sustainable Future



Tema ini menunjukkan komitmen Bukalapak terhadap keberlanjutan dan dedikasinya dalam memberdayakan usaha kecil sebagai pendorong utama perubahan positif. Dengan berfokus pada pilar keberlanjutan, Bukalapak menyadari potensi dan pengaruh yang dimiliki oleh usaha kecil, tidak hanya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dalam menciptakan dampak yang berarti bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan mendukung dan meningkatkan pelaku usaha dari berbagai skala, Bukalapak bertujuan untuk membuka kekuatan kolektif mereka melalui digitalisasi, sehingga mereka dapat berkontribusi pada masyarakat yang lebih sejahtera dan berkelanjutan.

The theme showcases Bukalapak's commitment to sustainability and its dedication to empowering small businesses as the primary drivers of positive change. By focusing on the pillars of sustainability, Bukalapak recognizes the potential and influence that small businesses hold, not only in driving economic growth but also in creating transformative impacts on the lives of the Indonesian people. By supporting and elevating businesses of all scales, Bukalapak aims to unlock their collective power through digitalization, enabling them to contribute to a more prosperous and sustainable society.

Daftar Isi

Table of Contents



1 Penjelasan Tema | Theme Rationale

2 Daftar Isi | Tabel of Contents

4 Tentang Laporan Keberlanjutan |
About the Sustainability Report

6 IKHTISAR KINERJA KEBERLANJUTAN
2023 | 2023 SUSTAINABILITY
PERFORMANCE HIGHLIGHTS

6 Kinerja Ekonomi | Economic Performance [B.1]

7 Kinerja Lingkungan |
Environmental Performance [B.2]

8 Kinerja Sosial | Social Performance [B.3]

10 Visi, Misi dan Nilai Utama | Vision,
Mission, and Core Values [C.1]

12 Penghargaan | Awards

14 Sambutan Direktur Utama | Message
from the President Director [D]

21 Sambutan Duta ESG | Message from the
ESG Ambassador

24 PROFIL PERUSAHAAN |
COMPANY PROFILE [C]

26 Tentang Bukalapak | About Bukalapak

28 Informasi Perseroan | Company Information

30 Skala Usaha | Business Scale [C.3]

32 Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha
Perseroan | The Company's Lines
of Business [C.4]

34 Jejak Langkah | Milestones

36 Keanggotaan dalam Asosiasi |
Membership in Associations [C.5]

37 Perubahan Signifikan | Significant Changes [C.6]

38 TATA KELOLA KEBERLANJUTAN |
SUSTAINABILITY GOVERNANCE [E]

41 Strategi ESG Bukalapak |
Bukalapak ESG Strategy [A.1]

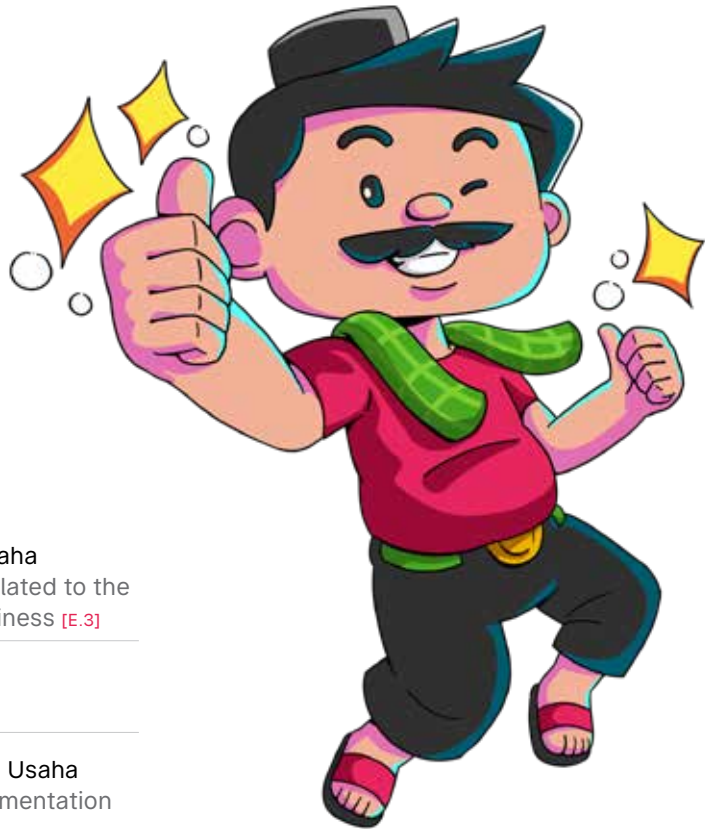
42 Pendekatan Keberlanjutan |
Sustainability Approach [A.1]

43 Struktur Tata Kelola Keberlanjutan |
Sustainability Governance Structure [E.1]

44 Penanggung Jawab Penerapan Usaha
Berkelanjutan | Parties Responsible for the
Implementation of Sustainable Business [E.1]

44 Pengembangan Kompetensi Usaha
Berkelanjutan | Competency Development for
Sustainable Business [E.2]





46 Penilaian Risiko atas Penerapan Usaha Berkelanjutan | Risk Assessment related to the Implementation of Sustainable Business [E.3]

50 Pelibatan Pemangku Kepentingan | Stakeholder Engagement [E.4]

54 Permasalahan terhadap Penerapan Usaha Berkelanjutan | Issues on the Implementation of Sustainable Business [E.5]

56 INISIATIF KEBERLANJUTAN | SUSTAINABILITY INITIATIVES [F]

58 Menciptakan Ekonomi yang Adil Bagi Semua | Creating a Fair Economy For All

62 Mendorong Pelestarian Lingkungan | Fostering Environmental Preservation

72 Pengembangan Sumber Daya Manusia | Human Resources Development [F.1]

86 Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat | Improving Community Livelihoods [F.23]

106 LAMPIRAN | APPENDIX

108 Daftar Pengungkapan Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 | List of Disclosure Based on Pojk No.51/Pojk.03/2017

112 Lembar Umpan Balik | Feedback Form



Tentang Laporan Keberlanjutan

About the Sustainability Report

Bukalapak mengambil langkah penting untuk memastikan bahwa semua pemangku kepentingan mendapatkan informasi yang memadai tentang laporan keuangan, hasil kegiatan operasional, praktik tata kelola perusahaan, dan upaya-upaya keberlanjutan dengan menerbitkan Laporan Keberlanjutan yang terpisah dari Laporan Tahunan.

Ini merupakan kali ketiga kami menerbitkan Laporan Keberlanjutan, yang menekankan dedikasi kami terhadap pilar-pilar utama keberlanjutan: aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Laporan ini menguraikan komitmen, kebijakan, pencapaian, dan upaya kami dalam mengembangkan model bisnis berkelanjutan yang selaras dengan tujuan pembangunan global, khususnya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan ("SDGs") dan berbagai komitmen pemerintah lainnya secara nasional.

Sebagai bentuk kemudahan penyajian dan dinamika penulisan, laporan ini akan menggunakan istilah "Bukalapak", "Perseroan", dan "kami" untuk mengacu pada PT Bukalapak.com Tbk.

Standar Pelaporan

Laporan Keberlanjutan ini menyajikan informasi selama periode 1 Januari-31 Desember 2023 yang mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik serta Surat Edaran OJK No.16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik.

Sebagai perusahaan terbuka, penerbitan Laporan Keberlanjutan merupakan bentuk kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku dan wujud komitmen Bukalapak dalam menyampaikan kinerja keberlanjutan kepada para pemangku kepentingan. Selain edisi cetak, laporan yang sama dapat diunduh di situs web resmi Bukalapak yaitu www.about.bukalapak.com.

Aspek Keberlanjutan, Cakupan, dan Batasan

Laporan Keberlanjutan ini menyajikan pembahasan aspek-aspek yang material, yaitu aspek-aspek yang penting, relevan, menjadi prioritas, serta memiliki

Bukalapak is taking a significant step to ensure that all stakeholders are well-informed about its financial reports, operational activity outcomes, corporate governance practices, and sustainability efforts by releasing a separate Sustainability Report alongside its Annual Report.

This marks the third occasion that we have issued a Sustainability Report, underscoring our dedication to the core pillars of sustainability: economic, social, and environmental aspects. The report outlines our commitments, policies, achievements, and efforts towards fostering a sustainable business model that aligns with global development objectives, particularly the Sustainable Development Goals ("SDGs") and various national government commitments.

As a form of ease of presentation and dynamics of writing, this report will use the terms "Bukalapak," "the Company," and "we" to refer to PT Bukalapak.com Tbk.

Reporting Standards

This Sustainability Report presents information from 1 January to 31 December 2023, in accordance with the Financial Services Authority Regulation No. 51/POJK.03/2017 regarding the Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies and OJK Circular Letter No. 16/SEOJK.04/2021 concerning the Form and Content of Annual Reports of Issuers or Public Companies.

As a public company, the publication of the Sustainability Report is a form of compliance with applicable regulations and Bukalapak's commitment to delivering sustainability performance to stakeholders. In addition to the printed version, the report is available for download on the official Bukalapak website, www.about.bukalapak.com.

Aspect of Sustainability, Scope, and Limitation

This Sustainability Report discusses material aspects, namely, aspects that are essential, relevant, a priority, and have a significant impact on the

dampak yang signifikan bagi Perseroan maupun para pemangku kepentingan selama tahun 2023 di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Mengingat Bukalapak termasuk dalam kategori perusahaan publik yang proses bisnisnya tidak berkaitan langsung dengan lingkungan hidup, maka khusus kinerja lingkungan tidak mengungkapkan informasi mengenai keanekaragaman hayati dan limbah.

Terkait cakupan laporan, Laporan Keberlanjutan ini mencakup Kantor Pusat Perseroan di Jakarta dan Kantor Operasional di Bandung.

Verifikasi Pihak Eksternal [G.1]

Bukalapak saat ini belum menggunakan pihak eksternal untuk melakukan proses verifikasi terhadap topik-topik material dari Laporan Keberlanjutan. Proses verifikasi data dan informasi saat ini masih dilakukan secara internal.

Umpan Balik [G.3]

Bukalapak sangat terbuka dengan segala bentuk saran, ide, kritik, dan komentar yang dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas laporan selanjutnya.

Kami mengundang para pembaca dan pemangku kepentingan untuk mengakses dan mengunduh Laporan Keberlanjutan Bukalapak melalui website www.about.bukalapak.com dan mengisi lembar umpan balik yang ditemukan di akhir laporan. Lembar umpan balik tersebut dapat dikembalikan kepada kami dan ditujukan kepada:

Company and its stakeholders in the economic, social, and environmental fields in 2023. Considering Bukalapak is categorised as a public company whose business processes are unrelated to the environment, the environmental performance section does not disclose information on biodiversity and waste.

Regarding the scope of the report, this Sustainability Report includes the Company's Head Office in Jakarta and the Operational Office in Bandung.

External Party Verification [G.1]

Currently, Bukalapak has yet to use external parties to carry out the verification process on material topics from the Sustainability Report. The data and information verification process is still being carried out internally as of this time.

Feedback [G.3]

Bukalapak welcomes all suggestions, ideas, criticisms, and comments for evaluation to enhance the quality of future reports.

We encourage our readers and stakeholders to visit www.about.bukalapak.com to download the Bukalapak Sustainability Report and complete the feedback form located at the end of the report. The feedback form can be returned to us and addressed to:

Teddy N. Oetomo

Sekretaris Perusahaan | Corporate Secretary

PT Bukalapak.com Tbk

Metropolitan Tower Lantai 22

Jalan Raden Adjeng Kartini Kavling 14

Jakarta Selatan

Tel. : +62 21 50982008

Email : corsec@bukalapak.com

corcom@bukalapak.com

Website : www.about.bukalapak.com

Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan 2023

2023 Sustainability Performance Highlights

Kinerja Ekonomi [B.1]

Economic Performance [B.1]



Total Aset
Total Asset

Rp26.124.777
juta | million

Laba (Rugi)
tahun Berjalan
Profit (Loss) for the Year



Rp(1.377.544)
juta | million

Pendapatan Neto
Net Revenue

Rp4.438.269
juta | million



Total Processing Value

Rp164.380
miliar | billion

Kinerja Lingkungan [B.2]

Environmental Performance [B.2]



Total Konsumsi Listrik Total Electricity Consumption

2.868,96 GJ

naik 16,24% dari 2022, karena adanya perubahan model kerja dari sebelumnya *Work From Home* ("WFH") secara penuh ke model kerja *hybrid*.

increased by 16.24% from 2022, occurred as a result of a shift in the work model, transitioning from full Work From Home ("WFH") to a hybrid model.

Total Konsumsi Bahan Bakar

Total Fuel
Consumption



7.067 liter

turun 41,55% dari 2022 yang disebabkan program Perseroan untuk mengurangi konsumsi bahan bakar dengan mendorong penggunaan transportasi umum dan kendaraan *shuttle* Perseroan.

decreased by 41.55% from 2022, resulting from the Company's initiative to cut fuel consumption by encouraging the utilization of public transportation and Company's shuttle services.

Total Emisi yang Dhasilkan

Total Emissions
Generated



709.478,40
Kg CO₂-eq

naik 13,68% dari 2022, sebagai dampak perubahan skema kerja dan bisnis baru Perseroan.

increased by 13.68% from 2022, due to the Company's revised work scheme and new business ventures.

Kinerja Sosial [B.3]

Social Performance [B.3]



**Kenaikan Pendapatan
Mitra Bukalapak**
Increase in Bukalapak
Partner Revenue

3x



**Mitra Bukalapak
Perempuan**
Mitra Bukalapak's
Female Partners

88.000
orang | people



**Karyawan Perempuan di
Tingkat Manajemen**
Female Employees at the
Management Level

41%



Jam Pelatihan
Training Hours

104.435
jam | hours



Biaya CSR
CSR Cost

Rp802,06
juta | million







Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Utama Perseroan [C.1]

Vision, Mission, and Values of the Company

Visi | Vision

Menciptakan Ekonomi yang Adil bagi Semua

To Create a Fair Economy for All

Misi | Mission

Kami ingin menghadirkan ekonomi berbasis teknologi dimana siapapun memiliki kesempatan untuk berkembang dengan bantuan inovasi online dan offline kami, karena setiap orang pantas menikmati hidup yang lebih baik.

We envision a tech-enabled economy where people have the opportunity to grow, aided by our innovative online and offline platforms, because everyone deserves equal opportunities to enjoy a better life.

Nilai Keberlanjutan | Sustainability Values

Kami telah mengidentifikasi serangkaian SDGs yang merupakan inti dari bisnis Bukalapak serta sesuai dengan Nilai Utama Perseroan:

- **Mengatasi kemiskinan dengan meningkatkan pendapatan Mitra Bukalapak dan pelapak *online*;**
- **Meningkatkan inklusi keuangan; dan**
- **Meningkatkan kesetaraan gender.**

We have defined a set of SDGs that are at the heart of Bukalapak's business and in line with the Company's Core Values:

- Eradicating poverty by raising the income of Mitra Bukalapak and *pelapak*;
- Increasing financial inclusion; and
- Improving gender equality.





Nilai Utama Perseroan

Core Values of the Company

Bukalapak memiliki enam nilai utama:



Enable Customers to Grow,



Give a Damn,



Jangan Baper, Lihat Data!,



Keep it Simple,



Gotong Royong,



dan Be Fun!



Nilai-nilai ini tidak hanya merefleksikan komitmen Perseroan terhadap pertumbuhan usaha, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip keberlanjutan yang dianut oleh Bukalapak seperti pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Bukalapak has six main values: Enable **Customers to Grow**, **Give a Damn**, **Don't Baper**, **Look at the Data!**, **Keep it Simple**, **Gotong Royong**, and **Be Fun!** These values reflect not only the Company's commitment to business growth, but also Bukalapak's sustainability principles, such as inclusive and sustainable economic growth.



Penghargaan

Awards



LinkedIn Talent Awards 2022

Tanggal | Date
Maret | March 2023
 Kategori | Category
Best Employer Brand
 Institusi | Institution
LinkedIn

Best Online Partner Awards

Tanggal | Date
Maret | March 2023
 Kategori | Category
Best #5 Online Partner
 Institusi | Institution
Indosat



Salah satu E-Commerce Penyedia Layanan Zakat Terbaik

Tanggal | Date
Maret | March 2023
 Institusi | Institution
Badan Amil Zakat Nasional ("BAZNAS") RI

HR Asia Awards 2023

Tanggal | Date
Juni | June 2023
 Kategori | Category
Best Companies to Work For in Asia
 Institusi | Institution
HR Asia



Anugerah Pajak Daerah Kota Bogor 2023

Tanggal | Date
Juli | July 2023
 Kategori | Category
Pembayaran Pajak Daerah | Regional Tax Payment
 Institusi | Institution
Pemerintah Kota Bogor | Bogor City Government

HR Excellence Award 2023 - Very Good

Tanggal | Date

Juli | July 2023

Kategori | Category

**Learning & Development (L&D)
and Knowledge Management**

Institusi | Institution

SWA & LM-FEB UI



GC Southeast Asia Powerlist 2023

Tanggal | Date

Oktober | October 2023

Institusi | Institution

The Legal 500 (Legalease)



Indonesia's Most Innovative In House Counsel Team of The Year 2023

Tanggal | Date

Oktober | October 2023

Kategori | Category

In-House Counsel Team of The Year 2023

Institusi | Institution

Hukumonline.com

Human Capital & Performance Award 2023

Tanggal | Date

Desember | December 2023

Kategori | Category

- **The Best Learning & Development Strategy**
- **The Best Human Capital Future Leader of the Year (E-Commerce Industries)**

Institusi | Institution

Indonesia BusinessNews



Sebagai perusahaan *All-Commerce*, komitmen kami adalah untuk berkembang menjadi penyedia produk dan layanan yang memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, memungkinkan kami mencapai keberlanjutan dan profitabilitas yang berkelanjutan.

As an All-Commerce company, our commitment is to evolve into a provider of products and services that contribute positively to society, enabling us to attain both sustainability and enduring profitability.

Willix Halim

Direktur Utama
President Director



Sambutan Direktur Utama ^[D.1]

Message from the President Director

Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Valued Shareholders and Stakeholders,

Keberlanjutan, khususnya dimensi sosial, telah menjadi aspek kunci dari identitas Bukalapak sejak awal berdirinya pada tahun 2010. Komitmen terhadap keberlanjutan ini tertanam dalam DNA Perseroan, yang tercermin dalam visi kami untuk menciptakan ekonomi yang adil bagi semua. Lebih dari sekedar pernyataan, komitmen ini juga berfungsi sebagai panduan dalam setiap aspek operasional dan keputusan strategis Bukalapak.

Strategi Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (“ESG”) Bukalapak selaras dengan Tujuan SDGs PBB. Dengan strategi ini, kami ingin memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (“UMKM”) yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia.

Melestarikan Lingkungan

Strategi Bukalapak untuk lingkungan bersifat multidimensi, tidak hanya mencakup edukasi dan pemberdayaan, tetapi juga inisiatif praktis yang secara langsung berkontribusi dalam melestarikan bumi. Fokus kami mulai dari menumbuhkan kesadaran hingga mengimplementasikan solusi yang dapat ditindaklanjuti.

Program SINAU, yang merupakan landasan dari upaya edukasi kami, dirancang untuk memberikan pemahaman kepada para Mitra Bukalapak tentang pengelolaan sampah yang efektif. Program ini tidak hanya merupakan bentuk edukasi, namun juga bertujuan untuk agar Mitra Bukalapak kami secara proaktif menjaga lingkungan di sekitar mereka. Dengan mengedukasi mereka tentang pentingnya dan teknik pengelolaan sampah, kami telah membantu memberdayakan para Mitra Bukalapak untuk membimbing dan menginspirasi orang lain dalam mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan.

Sustainability, particularly its social dimension, has been a key aspect of Bukalapak’s identity since the Company’s inception in 2010. This commitment to sustainability is embedded in the Company’s DNA, reflected in our vision to create a fair economy for all. Not merely a declaration of purpose, this commitment also influences every aspect of Bukalapak’s operations and strategic choices as a guiding principle.

Bukalapak’s Environmental, Social, and Governance (“ESG”) strategy is aligned with UN SDGs. With this strategy, we want to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (“MSMEs”), which are the backbone of the Indonesian economy.

Cultivating the Environment

Bukalapak’s strategy for the environment is multidimensional, encompassing not only education and empowerment but also practical initiatives that directly contribute to preserving our planet. Our focus extends from fostering awareness to implementing actionable solutions.

The SINAU program, a cornerstone of our educational efforts, was designed to enlighten our Mitra Bukalapak about effective waste management. This program is beyond instructional; it transforms our Mitra Bukalapak into proactive environmental stewards within their communities. By educating them about the importance and techniques of waste management, we have helped empower the Mitra Bukalapak to lead and inspire others in adopting sustainable practices.

Bersamaan dengan SINAU, kami juga meluncurkan Plasticpay, sebuah inisiatif praktis yang mengajak tidak hanya Mitra Bukalapak kami, tetapi juga pelanggan dan masyarakat luas untuk mendaur ulang. Dengan memberikan insentif nyata dalam bentuk sistem penukaran sampah plastik menjadi poin, Plasticpay secara aktif mempromosikan tanggung jawab terhadap lingkungan. Setelah dikumpulkan, sampah-sampah tersebut akan didaur ulang dan membantu menciptakan lingkungan yang lebih bersih.

Meskipun kegiatan operasional Bukalapak mungkin tidak memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap lingkungan, kami sangat yakin akan pentingnya mengambil langkah proaktif terhadap perlindungan lingkungan. Menyadari tanggung jawab kami di bidang ini, kami telah memulai beberapa langkah penting. Sebagai langkah awal, kami telah melakukan pemeriksaan inventarisasi emisi untuk pertama kalinya. Penilaian komprehensif ini berfungsi sebagai langkah awal untuk mengembangkan target spesifik dan menyusun peta jalan yang solid untuk mengurangi emisi.

Selain upaya internal kami, program eksternal Bukalapak juga selaras dengan tujuan kami untuk mengurangi jejak ekologi. Melalui inisiatif Akar Kebaikan, kami telah berkontribusi dan mempercepat upaya pelestarian lingkungan. Pada tahun 2023, hal ini diwujudkan dalam bentuk penanaman 1.000 bibit pohon serbaguna di Bogor.

Kolaborasi kami dengan World Wildlife Fund ("WWF") menunjukkan komitmen kami untuk mengadopsi model bisnis yang berkelanjutan. Kemitraan ini memungkinkan kami untuk menyelaraskan operasi kami dengan prinsip-prinsip pelestarian lingkungan.

Memberdayakan UMKM

Aspek sosial dari strategi ESG Bukalapak berkisar pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan, dengan penekanan pada pemberdayaan usaha, khususnya UMKM, dengan memanfaatkan teknologi dan menjalin keterhubungan dengan ekonomi sirkular. Bagi Bukalapak, membantu UMKM agar bisa memanfaatkan teknologi digital akan membuat usaha mereka berkembang lebih besar, mempertajam daya saing, dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan.

In tandem with SINAU, we also launched Plasticpay, a pragmatic initiative that encourages not only our Mitra Bukalapak but also their customers and the wider public to recycle. By providing tangible incentives through a point redemption system for plastic waste submission, Plasticpay actively promotes environmental responsibility. After being collected, the waste is recycled and helps contribute to a cleaner environment.

While Bukalapak's operational activities may not have a significant direct impact on the environment, we firmly believe in the importance of taking proactive steps towards environmental protection. Recognising our responsibility in this arena, we have initiated several key measures. As a starting point, we have undertaken our first emissions inventory check. This comprehensive assessment serves as an initial marker in developing specific targets and to craft a robust roadmap for emission reduction.

In addition to our internal efforts, Bukalapak's external programs are aligned with our goals of mitigating our ecological footprint. Through our Akar Kebaikan initiative, we have contributed to and accelerated efforts in environmental preservation. In 2023, this took the form of 1,000 multipurpose tree seedlings which we planted in Bogor.

Our collaboration with the World Wildlife Fund ("WWF") shows our commitment to adopting sustainable business models. These partnerships enable us to align our operations with environmental conservation principles.

Empowering SMEs

The social aspect of Bukalapak's ESG strategy revolves around the continuous uplifting of community economic welfare, with an emphasis on empowering businesses, especially SMEs, with technology and fostering connections with the circular economy. For Bukalapak, empowering SMEs to harness digital advancements will augment their expansion, sharpen their competitive edge, and heighten their ability to withstand challenges.

Bukalapak menunjukkan komitmennya untuk memajukan inisiatif ESG di Indonesia dengan menyelenggarakan sebuah forum bersama-sama ASEAN Innovative Business Platform ("AIBP"). Upaya kolaboratif ini bertujuan untuk mempelajari seluk-beluk bisnis di Indonesia mengelola penerapan inisiatif ESG, dengan menekankan peran penting yang dimainkan oleh inovasi digital dalam mendukung transisi yang signifikan ini. Selain itu, forum ini juga membahas kebutuhan penting akan data yang tepat dalam mengukur dan mendorong hasil yang berkelanjutan. Dengan mengkaji berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan di berbagai industri dalam menerapkan prinsip-prinsip ESG, diskusi ini menyoroti bagaimana inovasi digital dan data yang akurat berperan penting dalam menyusun upaya keberlanjutan.

Inisiatif kami untuk mendukung UMKM di tahun 2023 meliputi BUKA 10.000 Peluang, sebuah kolaborasi dengan organisasi nirlaba di mana kami mendonasikan laptop dan menawarkan pelatihan kepada UMKM yang dikelola oleh pengusaha perempuan. Kami memprakarsai Buka Scholarship: Program Kakak Asuh sebagai dana pendidikan untuk anak-anak Mitra Bukalapak. Kami juga menyelenggarakan serangkaian pelatihan dan kompetisi bisnis yang dinamakan Perempuan Jagoan Pencari Cuan ("PUJAAN") untuk memberdayakan dan meningkatkan ketahanan UMKM yang dipimpin oleh pengusaha perempuan dalam ekosistem Bukalapak. Para pemenang PUJAAN, yang dipilih berdasarkan rencana inovasi bisnis mereka, menerima hadiah uang tunai untuk membantu meningkatkan skala bisnis mereka.

Terakhir, kami mengadakan Perempuan Jadi Pengusaha, sebuah seri webinar yang memberikan keterampilan pengembangan bisnis yang praktis bagi perempuan. Pelatihan ini dirancang khusus untuk Mitra Bukalapak dan Pedagang/Pelapak perempuan serta istri Mitra Bukalapak dan Pelapak.

Meningkatkan Tata Kelola

Pendekatan Bukalapak terhadap keberagaman dan inklusi sebagai bagian dari strategi tata kelola melampaui tanggung jawab dasar perusahaan, sehingga memungkinkan fokus yang lebih luas dan tepat sasaran pada keberlanjutan. Bukalapak dapat berinovasi dan menyesuaikan diri dengan pasar

Bukalapak demonstrated its commitment to advancing ESG initiatives within Indonesia by organising a forum with ASEAN Innovative Business Platform ("AIBP"). This collaborative effort aimed to delve into the intricacies of how Indonesian businesses are managing the implementation of ESG initiatives, underscoring the pivotal role that digital innovation plays in supporting this significant transition. Furthermore, the forum highlighted the essential need for precise data in measuring and propelling sustainable outcomes. By exploring the multifaceted challenges and opportunities that enterprises across various industries face in embedding ESG principles, the discussion shed light on how digital innovation and accurate data are instrumental in sculpting the path towards sustainability.

Our initiatives to support SMEs in 2023 include BUKA 10,000 Peluang, a collaboration with non-profit organisations whereby we donate laptops and offer training to MSMEs run by women entrepreneurs. We initiated BUKA Scholarship: Kakak Asuh Program as an education fund for children of Mitra Bukalapak. We also organised a series of business training and competitions called Perempuan Jagoan Pencari Cuan ("PUJAAN") to empower and enhance the resilience of female led SMEs within Bukalapak's ecosystem. Winners of PUJAAN, who were selected based on their business innovation plans, received a cash prize to help them scale their businesses.

Lastly, we conducted the Perempuan Jadi Pengusaha, a webinar series providing women with soft and practical business development skills. The training was specially designed for our female Mitra Bukalapak and Merchants/Pelapak as well as the wives of Mitra Bukalapak and Pelapak.

Enhancing the Governance

Bukalapak's approach to diversity and inclusion as part of our governance strategy transcends basic corporate responsibility, allowing a broader yet more targeted focus on sustainability. The blend of ethical corporate governance and workforce diversity

yang selalu berubah karena memiliki dua hal penting: pengelolaan perusahaan yang baik dan etis, serta keragaman dalam tenaga kerjanya.

Komitmen Bukalapak untuk menciptakan tempat kerja yang inklusif terlihat jelas melalui praktik perekrutan yang adil dan kehadiran perempuan dalam jajaran kepemimpinan. Sebagai bukti dedikasinya terhadap kesetaraan gender, Bukalapak memiliki representasi perempuan yang signifikan dalam peran kepemimpinan, dengan 41% dari posisi tertinggi di Perseroan dijabat oleh karyawan perempuan. Selain itu, Bukalapak berkolaborasi dengan Indonesia Business Coalition for Women Empowerment ("IBCWE") untuk menyelenggarakan berbagai program dan diskusi yang menarik, yang menyoroti pentingnya budaya tempat kerja yang inklusif dalam filosofi kami.

Dalam komitmen kami terhadap keberlanjutan, Bukalapak telah mengintegrasikan pengawasan strategis ke dalam struktur tata kelola kami, dengan Direksi sebagai pusatnya. Keterlibatan Direksi diwujudkan dalam perannya membentuk dan mengarahkan penerapan program dan kebijakan keberlanjutan. Direksi juga memastikan bahwa keberlanjutan tertanam ke dalam struktur pengambilan keputusan strategis Bukalapak.

Alokasi sumber daya dan panduan dari Direksi merupakan bagian dari upaya Bukalapak untuk memperkuat tata kelola dalam mendukung inisiatif keberlanjutan. Direksi berkomitmen untuk menyediakan sumber daya yang diperlukan, baik finansial, manusia, maupun waktu, untuk mengembangkan dan melaksanakan program keberlanjutan yang efektif.

Komitmen ini didukung oleh sistem pemantauan dan manajemen risiko yang memadai yang mengawasi pelaksanaan program-program tersebut. Melalui evaluasi rutin, analisis dampak, dan penilaian risiko, Bukalapak mengidentifikasi masalah-masalah potensial dan memastikan inisiatifnya telah efektif dan selaras dengan tujuan keberlanjutan. Pendekatan proaktif ini memungkinkan kami untuk dengan cepat mengatasi tantangan dan terus menyempurnakan strategi agar lebih efektif.

forms an essential pillar in Bukalapak's capacity for innovation and adaptation within a dynamic market environment.

Bukalapak's commitment to creating an inclusive workplace is evident through fair hiring practices and the notable presence of women in leadership roles. Demonstrating its dedication to gender equality, Bukalapak boasts a significant representation of women in leadership roles, with 41% of its highest positions at the Company held by women. Furthermore, Bukalapak collaborates with the Indonesia Business Coalition for Women Empowerment ("IBCWE") to host various engaging programs and discussions, highlighting the importance of an inclusive workplace culture in our philosophy.

In our commitment to sustainability, Bukalapak has integrated strategic oversight into the heart of our governance structures, with the Board of Directors ("BOD") at the crux of it. The BOD's involvement shapes and shepherds the implementation of sustainability-related programs and policies. The BOD also ensures that sustainability is interwoven into the very fabric of Bukalapak's strategic decision-making.

Resource allocation and guidance from the BOD form a part of Bukalapak's efforts to reinforce its governance in supporting sustainability initiatives. The BOD is committed to providing the necessary resources, be it financial, human, or time, to develop and execute effective sustainability programs.

This commitment is further underpinned by a robust monitoring and risk management system that oversees the implementation of these programs. Through regular evaluations, impact analyses, and risk assessments, Bukalapak identifies potential issues and ensures its initiatives are effective and in alignment with its sustainability goals. This proactive approach allows us to quickly address challenges and continually refine strategies for greater efficacy.

Hasil dan Tantangan

Komitmen Bukalapak terhadap keberlanjutan adalah pendorong utama di balik pengembangan program-program inovatif. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam struktur operasi bisnis kami, kami tidak hanya bertujuan untuk mengimbangi permintaan pasar yang terus berubah, tetapi juga untuk mengatasi tantangan sosial dan lingkungan yang kritis. Pendekatan ini membangun kepercayaan para pemangku kepentingan kami, yang menunjukkan dedikasi kami terhadap praktik-praktik berkelanjutan. Keberlanjutan juga terkait erat dengan keterlibatan karyawan di dalam Perseroan. Dengan menanamkan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam budaya perusahaan kami, Bukalapak menciptakan suasana kerja yang membuat karyawan merasa terhubung dengan tujuan yang lebih besar sehingga meningkatkan keterlibatan dan rasa memiliki mereka.

Dalam upaya menanamkan prinsip-prinsip ESG ke dalam model bisnis kami, Bukalapak menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Pertama-tama, aspek krusial dalam upaya kami adalah alokasi sumber daya secara strategis. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, kami merasa sangat penting untuk mendistribusikan sumber daya keuangan, manusia, dan waktu secara bijak untuk inisiatif keberlanjutan kami. Proses ini, meskipun menantang, menggarisbawahi komitmen kami terhadap keberlanjutan dan memberikan peluang untuk inovasi dan pertumbuhan dalam kerangka kerja operasional kami.

Selanjutnya, mengikuti perkembangan standar peraturan dalam tata kelola lingkungan dan sosial sangatlah penting. Bukalapak harus terus memperbarui dan menyesuaikan operasinya agar selaras dengan tuntutan peraturan yang baru.

Terakhir, mengelola prioritas dan ekspektasi dari berbagai pemangku kepentingan juga menambah kompleksitas. Dengan setiap kelompok—mulai dari konsumen dan Mitra Bukalapak hingga badan pemerintah dan masyarakat lokal—memiliki kekhawatiran keberlanjutan yang unik, Bukalapak harus menyelaraskan perspektif yang berbeda ini dengan strategi pelibatan yang sesuai dan berkelanjutan.

Results and Challenges

Bukalapak's commitment to sustainability is the key driver behind the development of innovative programs. By weaving sustainability principles into the fabric of our business operations, we aim not only to keep pace with changing market demands but also to address critical social and environmental challenges. This approach is building trust with our stakeholders, demonstrating our dedication to sustainable practices. Sustainability is also intricately linked to employee engagement within the Company. By embedding sustainable values into our corporate culture, Bukalapak cultivates a work environment where employees feel a life-affirming connection to a greater purpose, enhancing their sense of engagement and belonging.

In the journey of embedding ESG principles into our business model, Bukalapak navigated through a landscape filled with complex challenges. First of all, a critical aspect of this journey involved the strategic allocation of resources. As a technologically forward company, we found it pivotal to carefully distribute financial, human, and time resources towards our sustainability initiatives. This process, while challenging, underscored our commitment to sustainability and presented opportunities for innovation and growth within our operational framework.

Moving forward, keeping pace with evolving regulatory standards in environmental and social governance is essential. Bukalapak had needed to continuously update and adapt its operations to align with new regulatory demands.

Finally, managing the diverse priorities and expectations of various stakeholders added another layer of complexity. With each group—from consumers and Mitra Bukalapak to government bodies and local communities—having unique sustainability concerns, Bukalapak had to navigate these differing perspectives with a nuanced and ongoing engagement strategy.

Terlepas dari tantangan-tantangan ini, Bukalapak tetap berkomitmen pada tujuan ESG kami. Meskipun tidak semua program yang direncanakan di awal tahun dapat direalisasikan sepenuhnya karena kendala di lapangan, Bukalapak berdedikasi untuk melanjutkan dan mengembangkan inisiatif-inisiatif ini di tahun 2024 sembari beradaptasi dan belajar dari pengalaman di tahun sebelumnya untuk meningkatkan praktik keberlanjutan dan mendorong perubahan yang berarti.

Apresiasi

Berkaca pada kemajuan yang telah kami raih sepanjang tahun 2023, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pemangku kepentingan yang telah berperan dalam memajukan upaya keberlanjutan dan pencapaian Bukalapak secara keseluruhan. Karyawan dan Mitra Bukalapak kami, khususnya, layak mendapatkan penghargaan khusus atas dedikasi dan kerja keras mereka, yang berperan penting dalam mendorong kesuksesan kami dalam mewujudkan tujuan keberlanjutan kami.

Kami juga ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada para pemegang saham dan pemangku kepentingan atas kepercayaan dan dukungan mereka yang tiada henti. Dukungan ini sangat penting dalam menghadapi tantangan dan meraih peluang yang ada. Selain itu, kami juga berterima kasih kepada pemerintah atas upaya kolaboratifnya dalam membina UMKM, mendorong kemajuan digital di masyarakat, serta berkontribusi pada pertumbuhan dan peningkatan ekonomi Indonesia. Kemitraan dan upaya kerja sama ini telah memperkuat inisiatif kami dan akan terus memberi kami semangat dalam perjalanan menciptakan masa depan yang inklusif.

Despite these challenges, Bukalapak remained committed to our ESG goals. Although not all programs planned at the beginning of the year could be fully realised due to these field constraints, Bukalapak is dedicated to continuing and evolving these initiatives in 2024 while adapting and learning from the experiences of the past year to enhance our sustainability practices and drive meaningful change.

Appreciation

As we reflect on our progress in 2023, we extend our deepest gratitude to all stakeholders who have played their part in advancing Bukalapak's sustainability efforts and overall achievements. Our employees and Mitra Bukalapak, in particular, deserve special recognition for their dedication and hard work, instrumental to driving our success in turning our sustainability goals into accomplishments.

We also wish to express our sincere appreciation to our shareholders and stakeholders for their enduring trust and support. This solidarity has been crucial in navigating the challenges and seizing the opportunities that have come our way. Additionally, we acknowledge and thank the government for its collaborative efforts in nurturing MSMEs, promoting digital advancement in society and contributing to the growth and improvement of the Indonesian economy. These partnerships and cooperative endeavours have bolstered our initiatives and will continue to energise us in our journey towards creating an inclusive future.



Willix Halim

Direktur Utama
President Director

Sambutan Duta ESG

Message from the ESG Ambassador



"Fokus Bukalapak pada aspek sosial dari strategi ESG sangat selaras dengan keyakinan saya akan kekuatan transformatif dari inklusivitas dan teknologi dalam mengangkat sektor-sektor masyarakat yang kurang terlayani."

"Bukalapak's focus on the social aspect of ESG strategy particularly resonates with my belief in the transformative power of inclusivity and technology in elevating the underserved sectors of society."

Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Valued Shareholders and Stakeholders,

Sebagai Duta ESG untuk Bukalapak, saya mendapati diri saya dalam posisi yang secara unik menjembatani latar belakang saya yang luas di bidang sosial dan kemasyarakatan dengan dunia korporat, yang menawarkan peluang khusus untuk memberikan pengaruh terhadap perubahan sosial dalam skala yang lebih luas. Perjalanan saya yang berangkat dari advokasi untuk keadilan sosial dan pemberdayaan masyarakat, menemukan wadah baru untuk berekspresi melalui komitmen Bukalapak dalam mendorong ekonomi yang adil dan inklusif, terutama untuk sektor UMKM.

Berbekal pengalaman saya dalam mengadvokasi perdamaian dan toleransi, serta menangani berbagai proyek hak asasi manusia dan demokrasi di seluruh Indonesia, saya tertarik dengan potensi untuk memanfaatkan pengalaman saya dalam meningkatkan inisiatif sosial Bukalapak. Peran saya sebagai aktivis berfokus untuk menciptakan perubahan nyata

As the ESG Ambassador for Bukalapak, I find myself in a position that uniquely bridges my extensive background in social and community activism with the corporate world, offering a special opportunity to influence societal change on a broader scale. My journey, deeply rooted in advocating for social justice and community empowerment, finds a new avenue of expression through Bukalapak's commitment to fostering a fair and inclusive economy, especially for the Micro, Small, and MSMEs sector.

Drawing from my experience, advocating for peace and tolerance, and working on various human rights and democracy projects across Indonesia, I am inspired by the potential to leverage these insights to further enhance Bukalapak's social initiatives. My role as an activist has always been about creating tangible change at the grassroots level, and now, with

di tingkat akar rumput, dan sekarang, bersama Bukalapak, saya ingin memperluas dampak ini untuk memberdayakan UMKM di seluruh Indonesia. Sinergi antara kegiatan aktivisme saya dan tujuan sosial Bukalapak adalah perpaduan yang bermanfaat untuk kebaikan, yang bertujuan untuk mendorong pembangunan berkelanjutan dan memajukan masyarakat secara nasional.

Fokus Bukalapak pada aspek sosial dari strategi ESG sangat selaras dengan keyakinan saya akan kekuatan transformatif dari inklusivitas dan teknologi dalam mengangkat sektor-sektor masyarakat yang kurang terlayani. Dengan mengadvokasi dan mengimplementasikan program-program yang memberdayakan UMKM untuk merangkul teknologi digital dan mendapatkan manfaat dari ekonomi sirkular, saya memanfaatkan latar belakang saya untuk memaksimalkan dampak Bukalapak terhadap segmen ekonomi yang penting ini. Upaya saya bertujuan untuk memastikan bahwa inisiatif Bukalapak tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, tetapi juga mewujudkan prinsip-prinsip kesetaraan sosial dan pemberdayaan yang telah membantu memandu karir saya dalam kegiatan sosial.

Sebagai gambaran lebih lanjut dari komitmen kami terhadap inklusivitas, praktik tata kelola Bukalapak secara aktif mempromosikan keberagaman dan pemberdayaan perempuan dalam ekosistem kami. Proses perekrutan kami yang adil, yang dengan cermat menilai keterampilan dan kualifikasi setiap kandidat, telah membuahkan kesetaraan gender yang luar biasa dalam jajaran kepemimpinan kami, dengan karyawan perempuan menduduki 38% posisi teratas. Pendekatan terhadap keragaman dan inklusi ini tidak hanya memperkaya budaya tempat kerja kami, tetapi juga mendorong inovasi, yang menunjukkan bagaimana upaya tata kelola melengkapi tujuan keberlanjutan sosial kami yang lebih luas.

Bukalapak, it's about scaling this impact to empower MSMEs across Indonesia. This synergy between my activism and Bukalapak's social objectives is a powerful force for good, aiming to drive sustainable development and uplift communities nationwide.

Bukalapak's focus on the social aspect of ESG strategy particularly resonates with my belief in the transformative power of inclusivity and technology in elevating the underserved sectors of society. By advocating for and implementing programs that empower MSMEs to embrace digital technology and benefit from the circular economy, I am leveraging my background to maximise Bukalapak's impact on this critical economic segment. My efforts are aimed at ensuring that Bukalapak's initiatives not only contribute to the growth and sustainability of MSMEs but also embody the principles of social equity and empowerment that have helped guide my career in social activities.

Further illustrating our commitment to inclusivity, Bukalapak's governance practices actively promote diversity and the empowerment of women within our ecosystem. Our equitable hiring process, which meticulously assesses the skills and qualifications of each candidate, has led to notable gender equality within our leadership, with women occupying 38% of top roles. This approach to diversity and inclusion not only enriches our workplace culture but also drives innovation, demonstrating how our governance efforts complement our broader social sustainability objectives.

Dalam menjalankan strategi keberlanjutan kami yang kompleks, saya menghadapi tantangan yang membutuhkan kolaborasi antar departemen untuk mengatasi berbagai hambatan operasional. Hal ini mengharuskan kami membentuk kemitraan strategis dengan berbagai organisasi dan entitas untuk mengatasi dampak lingkungan secara tidak langsung dan meningkatkan kontribusi kami terhadap pelestarian lingkungan. Kolaborasi semacam itu ditunjukkan oleh inisiatif seperti program penanaman pohon Akar Kebaikan dan aliansi dengan lembaga-lembaga penting lainnya pada tahun 2023, yang sangat penting untuk memajukan visi keberlanjutan kami. Ke depannya, saya berkomitmen untuk memanfaatkan latar belakang saya sebagai seorang aktivis untuk mengkatalisis perubahan positif lebih lanjut dalam praktik-praktik Bukalapak, dengan fokus untuk memperluas dampak, meningkatkan kolaborasi, dan bertindak sebagai pemimpin keberlanjutan di industri ini.

In navigating the complexities of our sustainability strategy, I encounter challenges that require collaborative solutions across different departments and to overcome operational hurdles. This necessitates forming strategic partnerships with various organisations and entities to address our environmental impact indirectly and enhance our contribution to environmental conservation. Such collaborations are exemplified by initiatives like the Akar Kebaikan tree planting ceremony and alliances with other key institutions in 2023, are pivotal to advancing our sustainability vision. Moving forward, I am committed to leveraging my activist background to catalyse further positive changes in Bukalapak's practices, focusing on broadening our impact, enhancing collaborations, and acting as a beacon of sustainability within the industry.



Yenny Wahid

Duta ESG & Komisaris Independen
ESG Ambassador & Independent Commissioner





01.

PROFIL PERUSAHAAN

COMPANY PROFILE

Tentang Bukalapak

About Bukalapak

Bukalapak, didirikan pada 2010 oleh Achmad Zacky Syaifudin, Muhamad Fajrin Rasyid, dan Nugroho Herucahyono, awalnya berfokus pada pemberdayaan pedagang kecil di era digital. Bukalapak terus berkembang pesat dengan meluncurkan aplikasi seluler dan platform iOS, serta ekspansi yang signifikan dalam jumlah Mitra Bukalapak dan pelanggan sehingga berhasil menjadi perusahaan startup unicorn dengan valuasi lebih dari AS\$1 miliar. Penawaran Umum Perdana ("IPO") di BEI pada tahun 2021 menandai babak baru dalam perjalanan Bukalapak, mencatatkan diri sebagai IPO terbesar dalam sejarah bursa saham Indonesia.

Bukalapak, established in 2010 by Achmad Zacky Syaifudin, Muhamad Fajrin Rasyid, and Nugroho Herucahyono, initially focused on empowering small merchants in the digital era. Bukalapak rapidly expanded by launching mobile applications and an iOS platform, as well as significantly increasing its number of Mitra Bukalapak and customers, eventually becoming a unicorn startup with a valuation of over US\$1 billion. The Initial Public Offering ("IPO") at the Indonesia Stock Exchange ("IDX") in 2021 marked a new chapter in Bukalapak's journey, registering as the largest IPO in the history of the Indonesian stock market.





Pada tahun 2023, Bukalapak terus mencatat peningkatan kinerja yang signifikan. Inovasi tetap menjadi fokus utama Perseroan, dengan peluncuran fitur-fitur baru seperti jual beli saham dan BMoney Privilege melalui aplikasi BMoney. Penekanan pada inovasi produk dan layanan ini merupakan bagian dari strategi untuk mencapai target EBITDA yang Disesuaikan yang positif, mencerminkan kemajuan berkelanjutan dalam aspek bisnis.

Tidak hanya fokus pada pertumbuhan bisnis, Bukalapak juga memandang penting aspek keberlanjutan usaha dan melakukan berbagai inovasi dari segi program ESG seperti melakukan perhitungan emisi dengan cakupan grup Perseroan, pilot project agen perbankan di Nusa Tenggara Timur, pemberdayaan Mitra Bukalapak bekerja sama dengan Bank Indonesia dalam Program Sosial Bank Indonesia, BUKA Scholarship: Program Kakak Asuh, dan proyek manajemen limbah bernama SINAU.

In 2023, Bukalapak continued to record significant performance improvements. Innovation remained a primary focus of the Company, with the launch of new features such as stock trading and BMoney Privilege through the BMoney app. This emphasis on product and service innovation is part of the strategy to achieve a positive Adjusted EBITDA, reflecting sustainable progress in the business aspect.

Not only focusing on the business growth, Bukalapak recognizes the significance of sustainability in its operations and implements numerous ESG program innovations, including group-wide emission calculations, a pilot project for banking agents in East Nusa Tenggara, the empowerment of Mitra Bukalapak in collaboration with Bank Indonesia through the Bank Indonesia Social Program, the BUKA Scholarship: Program Kakak Asuh, and a waste management initiative known as SINAU.



Informasi Perseroan

Company Information

Nama Perusahaan | Company Name [C.2]

PT Bukalapak.com Tbk

Tanggal Pendirian | Date of Establishment

9 September 2011

Alamat Kantor Pusat | Head Office Address [C.2]

Metropolitan Tower Lt.22
Jl. R.A. Kartini Kav.14
Kel. Cilandak Barat, Kec. Cilandak
Jakarta Selatan South Jakarta 12430

Telepon | Phone:

+62 21 50982008

E-mail:

corsec@bukalapak.com; corcom@bukalapak.com;
invrelations@bukalapak.com

Web:

<https://www.about.bukalapak.com/id/>

Segmen Usaha [C.4]

Marketplace, Online to Offline, Pengadaan

Business Segment [C.4]

Marketplace, Online to Offline, Procurement

Kegiatan Usaha Utama [C.4]

Portal web dan/atau platform digital dengan
tujuan komersial

Main Business Activities [C.4]

Web portal and/or digital platform with
commercial purpose



Kegiatan Usaha Penunjang [C.4] **Supporting Business Activities** [C.4]

Aktivitas perusahaan *holding* • Holding company activities

Aktivitas konsultasi manajemen lainnya • Other management consulting activities

Kepemilikan Saham | Share Ownership [C.3]

PT Kreatif Media Karya
25.385.649.537 saham shares (24,622%)

API (Hong Kong) Investment Limited
13.448.351.573 saham shares (13,044%)

Archipelago Investment Pte. Ltd.
9.736.593.677 saham shares (9,444%)

Pemegang Saham Publik <5%
(termasuk Direktur dan Komisaris
including Directors and Commissioners)
54.529.372.280 saham shares (52,890%)

Status Perusahaan **Company Status**

Perseroan Terbatas, Limited Liability Company,
Perusahaan Terbuka yang Tercatat Publicly Listed Company

Wilayah Operasional | Operational Area

Indonesia
Singapura
Australia
Korea
Filipina



Skala Usaha ^[C.3]

Business Scale ^[C.3]

Angka-angka pada seluruh tabel dan grafik menggunakan notasi bahasa Indonesia, kecuali disebutkan lain.
Numerical notation in all tables and graphs are stated in Indonesian notation, unless stated otherwise.

Deskripsi Description	Satuan Unit	2023
Jumlah Karyawan Number of employees	Orang People	1,538
Pendapatan Bersih Net Revenue	Rp juta Rp million	4.438.269
EBITDA	Rp juta Rp million	(2.056.320)
EBITDA yang Disesuaikan Adjusted EBITDA	Rp juta Rp million	(474.728)
Laba (Rugi) tahun berjalan Income (Loss) for the year	Rp juta Rp million	(1.377.544)
Total Aset Total Assets	Rp juta Rp million	26.124.777
Total Liabilitas Total Liabilities	Rp juta Rp million	792.029
Total Ekuitas Total Equities	Rp juta Rp million	25.332.748
Total Processing Value ("TPV")	Rp miliar Rp billion	164.380

Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha Perseroan [C.4]

The Company's Product, Services and Lines of Business [C.4]



Online Marketplace

Platform *online* yang memungkinkan UMKM memulai bisnis mereka sendiri dengan jumlah modal minimum dan eksposur pasar yang lebih besar di seluruh negeri.

An online platform that allows MSMEs to start their own business with a minimum amount of capital and bigger market exposures across the country.



Mitra Bukalapak

Layanan yang memfasilitasi pengusaha kecil dan menengah untuk memiliki akses ke rantai pasokan yang lebih baik dan mendiversifikasi bisnis dengan produk virtual, layanan keuangan, dan produk fisik Bukalapak.

A service that allows small and medium business owners to have access to a better supply chain and diversify business offerings with Bukalapak's virtual products, financial services, and physical products.



Produk-Produk Fisik Physical Products

Menyediakan rangkaian produk-produk kategori yang lengkap baik di dalam maupun di luar platform Bukalapak, termasuk pakaian, sepatu, tas, produk perawatan ibu dan anak, makanan dan minuman, bahan makanan, peralatan elektronik, furnitur dan barang perawatan pribadi lainnya, barang olahraga dan kebugaran, serta otomotif.

A complete series of categorized products on Bukalapak platforms, including apparel, shoes, bags, mother and child-care products, food and beverages, electronic appliances, furniture and other personal care items, sports and fitness items, and automotive products.



Produk-Produk Virtual Virtual Products

Menawarkan produk-produk virtual yang komprehensif melalui berbagai jalur penjualan (*multichannel*), baik itu melalui *marketplace* Bukalapak dan *marketplace* lain, Mitra Bukalapak, serta *specialty verticals* termasuk produk prabayar seperti pulsa telepon, paket data dan token listrik, pembayaran tagihan, tiket perjalanan, *voucher game*, dan lain sebagainya.

Offer comprehensive virtual products through various sales channels (*multichannel*), both through Bukalapak marketplace and other marketplaces, Mitra Bukalapak, as well as specialty verticals including prepaid products such as phone credit, data packages and electricity tokens, bill payments, travel tickets, game vouchers, and others.



Layanan Keuangan

Financial Services

Menyediakan pilihan investasi dan layanan keuangan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan. Layanan yang ditawarkan mencakup berbagai instrumen investasi seperti reksadana, emas (fisik dan digital), pinjaman berbasis *multifinance* hingga layanan jasa pembayaran. Pengguna dan Mitra Bukalapak dapat mengelola dan meningkatkan kesejahteraan mereka melalui platform *online* dan *offline* melalui layanan yang ditawarkan dan telah terdaftar dan diawasi oleh regulator terkait seperti Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan.

Provide investment options and other financial services aimed at increasing financial inclusion. The services offered include various investment instruments such as mutual funds, gold (physical and digital), multifinance-based loans to payment services. Users of Bukalapak and Mitra Bukalapak are able to enhance and administer their welfare via offline and online platforms by utilizing the registered and supervised services provided by pertinent regulatory bodies, including Bank Indonesia and the Financial Services Authority.



Brand Aggregator

Mengakuisisi brand tertentu dan menyediakan solusi untuk mengembangkan kinerja dari *brand* yang diakuisisi tersebut.

Acquire certain brands and provide solutions to develop the performance of the acquired brands.



Logistik

Logistics

Bermitra dengan berbagai pelaku usaha logistik domestik dan internasional untuk menyediakan berbagai layanan logistik untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan, melayani *Business to Business* ("B2B") dan pelaku *e-commerce* non-tradisional/*social commerce*.

Collaborating with a multitude of domestic and international logistic entities to offer a wide range of logistic services to meet the demands of customers, Business-to-Business ("B2B") entities, and non-traditional e-commerce/social commerce businesses.



Layanan Pengadaan Korporasi

Corporate Procurement Services

Menyediakan solusi bagi pengadaan barang dan jasa secara digital bagi korporasi dan pemerintah.

Provide solutions for digital procurement of goods and services for corporations and government.



Pernikahan

Wedding

Menyediakan solusi satu pintu untuk pernikahan.

Provides a one-stop solution for weddings.



**Layanan Edukasi
dan Informasi Penjualan**

Education and Sales Information Services

Layanan pengembangan dan pengelolaan komunitas dan informasi bagi masyarakat melalui kurasi daftar perbandingan harga produk-produk untuk efisiensi berbelanja hingga penyelenggaraan edukasi secara *online* dan *offline*. Melalui kerja-sama dengan agensi dan media ternama, Perseroan dan entitas anak Perseroan ("Grup Perseroan") turut menawarkan solusi *online marketing* terpadu.

Community development and management services and information for the public through curating price comparison lists of products for shopping efficiency to organizing online and offline education. Through cooperation with reputable agencies and media, the Company and its subsidiaries ("Company's Group") also offers integrated online marketing solutions.



**Perangkat Lunak
Berbasis Layanan**

Software as a Service/SaaS

Solusi bisnis berbasis cloud untuk memperkuat dukungan operasional dari segala aspek seperti *inventory management*, sistem penjualan *Food and Beverages* ("F&B") *Point of Sales* "PoS"), *omnichannel platform* untuk pengelolaan penjualan terpadu, *customer relationship management* (*chatbot*, *customer service tools*, *message broadcasting*, *data analysis*) dan *sales management system*.

Cloud-based business solutions to strengthen operational support from all aspects such as inventory management, Food and Beverages ("F&B") Point of Sales ("PoS") system, omnichannel platform for integrated sales management, customer relationship management (*chatbot*, customer service tools, message broadcasting, data analysis) and sales management system.



Jejak Langkah

Milestones



Perseroan didirikan oleh Achmad Zaky Syaifudin, Muhamad Fajrin Rasyid and Nugroho Herucahyono.

The Company was founded by Achmad Zaky Syaifudin, Muhamad Fajrin Rasyid and Nugroho Herucahyono.

2010



Perseroan berhasil melayani 10.000 UMKM meskipun hanya memiliki lima karyawan saat pertama kali didirikan.

Perseroan dikenal sebagai marketplace sepeda, yang kemudian membentuk Komunitas Sepeda Bukalapak.

Perseroan memiliki 400.000 produk, 80.000 pelapak online, dan 360.000 pengguna.

The Company successfully served 10,000 MSMEs despite only having five employees when it was first founded.

The Company is known as a marketplace for bicycles, which has led to the formation of the Bukalapak Bike Community.

The Company has 400,000 products, 80,000 online merchants, and 360,000 users.

2011-2013

Perseroan menyanggah status "Unicorn" dengan nilai perusahaan lebih dari AS\$1 miliar.

Perseroan memiliki 2,1 juta pelapak online, 415.000 Mitra Bukalapak, dan 1.200 karyawan.

Pengembangan fitur dan layanan, platform marketplace dan *online-to-offline* ("O2O").

Perseroan memiliki lebih dari 6,5 juta pelapak online dan 7 juta Mitra Bukalapak.

Mendapat penghargaan seperti HR Asia, UN-WEP for Gender Responsive Marketplace, Customer Service Excellence, Digital Touch Points Customer Engagement Awards.

The Company obtained its "Unicorn" status as the Company's value reached more than US\$1 billion.

The Company achieved 2.1 million online merchants, 415,000 Mitra Bukalapak, and 1,200 employees.

Features and services, marketplace platforms, and the online-to-offline ("O2O") business were developed.

The Company reached more than 6.5 million online merchants and 7 million Mitra Bukalapak.

Received awards included HR Asia, UN-WEP for Gender Responsive Marketplace, Customer Service Excellence, Digital Touch Points Customer Engagement Awards.

2017-2020

Perseroan menjadi Unicorn Indonesia pertama yang melantai di BEI.

Mitra Bukalapak menjadi penyedia layanan O2O terbesar di Indonesia dengan total 11,8 juta Mitra Bukalapak.

Perseroan raih penghargaan HR Asia Awards 2021 sebagai "Best Company to Work for 2021".

Perseroan raih 6 penghargaan di ajang Contact Center World.

The Company became the first Unicorn in Indonesia to be listed on the IDX.

Mitra Bukalapak became the largest O2O service provider in Indonesia with a total of 11.8 million Mitra Bukalapak.

The Company won the HR Asia Awards 2021 for the "Best Company to Work for 2021".

The Company won 6 awards at the Contact Center World event.

2021





Memperoleh beragam penghargaan, di antaranya adalah Best Employer Brand dari LinkedIn Talent Awards 2022, Best Companies to Work For dari HR Asia Award, serta HR Excellence Award 2023 dari SWA dan Lembaga Management Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia ("LM-FEB UI") kategori Learning & Development and Knowledge Management.

Bekerja sama dengan Bank Indonesia untuk pemberdayaan Mitra Bukalapak dan UMKM melalui Program Sosial Bank Indonesia dan onboarding UMKM binaan Bank Indonesia di beberapa daerah Indonesia.

Kolaborasi dengan PT Bursa Efek Indonesia ("BEI") dalam memberikan pelatihan tentang literasi keuangan dan investasi kepada Mitra Bukalapak.

Awarded numerous accolades, including the Best Employer Brand from LinkedIn Talent Awards 2022, Best Companies to Work For from HR Asia Award, and HR Excellence Award 2023 from SWA and Management Institute of the Faculty of Business Economics, University of Indonesia ("LM-FEB UI") in the categories of Learning & Development and Knowledge Management.

Partnered with Bank Indonesia to empower Mitra Bukalapak and MSMEs via the Bank Indonesia Social Program and to onboard Bank Indonesia-assisted MSMEs in multiple Indonesian regions.

Collaborated with PT Indonesia Stock Exchange ("IDX") in financial literacy education and investment for Mitra Bukalapak.

2023

Perseroan ditunjuk sebagai bagian dari Indonesia Task Force ("ITF") oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika ("Kominfo") untuk mengikuti rangkaian kegiatan Presidensi G20 Indonesia.

Perseroan kembali meraih penghargaan HR Asia Awards sebagai "Best Company to Work for 2022".

Perseroan efektif pindah pencatatan saham-nya dari Papan Utama ke Papan Utama Ekonomi Baru.

Mitra Bukalapak mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar O2O di Indonesia dengan total 16,1 juta Mitra Bukalapak.

The Company was appointed as part of the Indonesia Task Force ("ITF") by the Ministry of Communication and Information ("Kominfo") to join a series of activities during the Indonesian G20 Presidency.

The Company won the HR Asia Awards again for the "Best Company to Work for 2022".

The Company effectively moved its listing of shares from the Main Board to the New Economy Main Board.

Mitra Bukalapak retained its position as the leader in the O2O market in Indonesia with a total of 16,1 million Mitra Bukalapak.

2022



Keanggotaan dalam Asosiasi

Membership in Associations

Perseroan menjadi bagian dari beberapa asosiasi profesional dan organisasi lainnya untuk memperluas jaringan bisnis dan memperluas komunikasi. Partisipasi secara aktif dalam berbagai organisasi ini juga merupakan langkah untuk melibatkan pemangku kepentingan dalam mengatasi berbagai tantangan operasional yang dihadapi.

Pada tahun 2023, Perseroan tercatat sebagai anggota dalam asosiasi sebagai berikut:

Nama Asosiasi Association	Cakupan Asosiasi Coverage	Status
Asosiasi Emiten Indonesia ("AEI") The Association of Indonesian Publicly Listed Companies	Nasional National	Anggota Member
Indonesia Corporate Secretary Association ("ICSA")	Nasional National	Anggota Member
Indonesian E-Commerce Association ("iDEA")	Nasional National	Anggota dan Pengurus Member and Committee
ASEAN Innovation Business Platform ("AIBP")	ASEAN	Anggota Dewan Penasihat Advisory Board Member

Selain itu, Perseroan melalui anak usahanya yakni PT Buka Usaha Indonesia, juga turut menjadi bagian dari asosiasi sebagai berikut:

Nama Asosiasi Association	Cakupan Asosiasi Coverage	Status
Asosiasi Logistik & Forwarder Indonesia ("ALFI") The Indonesia Logistics & Forwarder Association	Nasional National	Anggota Member

The Company participates in a variety of professional associations and other organizations in order to broaden its communication channels and expand its business network. Active involvement in these organizations is an additional measure to involve stakeholders in the resolution of the diverse operational obstacles encountered.

In 2023, the Company was listed as a member in the following associations:

Nama Asosiasi Association	Cakupan Asosiasi Coverage	Status
Asosiasi Emiten Indonesia ("AEI") The Association of Indonesian Publicly Listed Companies	Nasional National	Anggota Member
Indonesia Corporate Secretary Association ("ICSA")	Nasional National	Anggota Member
Indonesian E-Commerce Association ("iDEA")	Nasional National	Anggota dan Pengurus Member and Committee
ASEAN Innovation Business Platform ("AIBP")	ASEAN	Anggota Dewan Penasihat Advisory Board Member

In addition, the Company through its subsidiary, PT Buka Usaha Indonesia, is also part of the following associations:

Nama Asosiasi Association	Cakupan Asosiasi Coverage	Status
Asosiasi Logistik & Forwarder Indonesia ("ALFI") The Indonesia Logistics & Forwarder Association	Nasional National	Anggota Member



Perubahan Signifikan ^[C.6]

Significant Changes ^[C.6]

Sepanjang tahun 2023, tidak terdapat perubahan dalam operasi yang berdampak signifikan pada kegiatan operasional atau praktik organisasi Perseroan.

In 2023, there were no changes in operations that had a significant impact on the Company's operations or organizational practices.







02.

TATA KELOLA KEBERLANJUTAN

SUSTAINABILITY GOVERNANCE

Pemberdayaan UMKM dalam Strategi Keberlanjutan Bukalapak

Empowerment of MSMEs in Bukalapak's Sustainability Strategy

Strategi keberlanjutan Bukalapak berakar kuat pada kesadaran akan peran penting sektor UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia, yang menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Perseroan memahami pentingnya sektor ini sehingga strategi keberlanjutan kami dirancang secara strategis untuk memberdayakan UMKM agar dapat tumbuh lebih cepat dan berkelanjutan. Hal ini memerlukan komitmen untuk memfasilitasi lingkungan di mana UMKM tidak hanya dapat berkembang, tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap lanskap ekonomi Indonesia.

Bukalapak's sustainability strategy is based on the recognition of the crucial role played by the MSMEs sector as the foundation of the Indonesian economy, employing over 90% of the workforce. Given the significance of this industry, our sustainability strategy is intentionally crafted to enable MSMEs to achieve accelerated and sustainable growth. This entails a commitment to creating an environment that is favourable in which MSMEs can not only prosper, but also make substantial contributions to Indonesia's economic landscape.





Strategi Keberlanjutan Bukalapak [A-1]

Strategi keberlanjutan Bukalapak yang selaras dengan SDGs PBB, telah diintegrasikan dengan tiga aspek utama: Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola. Ini merupakan bagian dari komitmen kami untuk menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, sejalan dengan Peraturan Presiden No. 111 Tahun 2022. Aspek pertama, Lingkungan, menekankan pada dukungan terhadap usaha kecil yang berfokus kepada usaha ramah lingkungan agar dapat berkembang dalam ekonomi sirkular. Hal ini mencakup penerapan praktik-praktik ramah lingkungan dan model bisnis berkelanjutan yang selaras dengan konservasi lingkungan.

■ Dalam aspek Sosial, kami berkomitmen meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM menggunakan pemanfaatan teknologi dan integrasi dalam ekonomi sirkular. Kami yakin dengan akses UMKM terhadap kemajuan digital, mereka akan tumbuh lebih kompetitif dan tangguh. Integrasi praktik-praktik berkelanjutan, terutama dalam kerangka ekonomi sirkular, menunjukkan komitmen kami terhadap keberlanjutan lingkungan dan ekonomi jangka panjang. Dukungan kami terhadap UMKM dalam mengadopsi praktik ini tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan mereka tetapi juga memperkuat fondasi perekonomian Indonesia dan keberlanjutan sosial masyarakat.

Bukalapak Sustainability Strategy [A-1]

Bukalapak has integrated its sustainability strategy, which is in line with the UN SDGs, with three key components: Environment, Social, and Governance. This is in accordance with our commitment to responsible and sustainable business practices, as outlined in Presidential Regulation No. 111 of the year 2022. The Environment aspect focuses on fostering the growth of environmentally-oriented small businesses within the circular economy. This encompasses the adoption of environmentally friendly methods and sustainable business frameworks that are in harmony with the preservation of the environment.

In the social aspect, we are committed to improving the community's economic well-being by empowering MSMEs through the use of technology and their integration into the circular economy. We believe that as MSMEs gain access to digital advancements, they will become more competitive and resilient. The incorporation of sustainable practices, particularly within the circular economy framework, demonstrates our commitment to long-term environmental and economic sustainability. Our encouragement of MSMEs to adopt these practices not only benefits their well-being, but also strengthens the foundation of Indonesia's economy and the social sustainability of society.





Terakhir, aspek Tata Kelola berfokus pada keberagaman dan inklusi di dalam Perseroan. Dengan mengedepankan tenaga kerja yang memiliki beragam latar belakang dan kebijakan yang inklusif, kami ingin mendapatkan hasil bisnis yang lebih baik, yang mencerminkan dedikasi kami terhadap tata kelola perusahaan yang beretika.

Finally, the Governance aspect focuses on diversity and inclusion within the Company. By advocating for a workforce that is diverse and implementing inclusive policies, we aim to attain better business results, reflecting our dedication to ethical corporate governance.

Pendekatan Keberlanjutan [A.1]

Dalam menerapkan aspek keberlanjutan, Bukalapak mengintegrasikan sinergi harmonis antara etika bisnis dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini berhubungan langsung dengan empat risiko utama Perseroan: risiko operasional, risiko bisnis & finansial, risiko legal & kepatuhan, serta risiko reputasi.

- **Risiko Operasional:** Dalam hal risiko operasional, praktik keberlanjutan membantu mengurangi kegagalan sistem, proses, dan manusia. Penerapan strategi keberlanjutan secara konsisten dapat mengurangi kegagalan operasional dan meningkatkan ketahanan terhadap kejadian eksternal seperti bencana alam.

Sustainability Approach [A.1]

Bukalapak incorporates a cohesive integration of business ethics and environmental and societal responsibility in its implementation of sustainability aspects. This is closely linked to the Company's four primary risks: operational risk, business and financial risk, legal and compliance risk, and reputational risk.

- **Operational Risk:** In terms of operational risk, sustainability practices help to reduce system, process, and employee failures. Consistent implementation of sustainability strategies can reduce operational failures while increasing resilience to external events such as natural disasters.

- **Risiko Bisnis & Finansial:** penerapan praktik keberlanjutan oleh Bukalapak memainkan peran penting dalam mengurangi berbagai risiko yang terkait dengan proses bisnis, strategi operasional, dan kondisi keuangan Perseroan, termasuk tanggung jawab pembiayaan untuk operasional. Praktik bisnis berkelanjutan ini membantu Bukalapak dalam mengurangi potensi kerugian finansial, sekaligus memastikan kelanjutan operasi bisnis yang stabil dan sehat.
- **Risiko Hukum & Kepatuhan:** Terkait risiko legal dan kepatuhan, praktik keberlanjutan memastikan bahwa operasi Perseroan selaras dengan aturan dan regulasi yang berlaku, termasuk kepatuhan terhadap standar lingkungan dan sosial. Ini mengurangi kemungkinan tuntutan hukum, denda, atau sanksi lain yang dapat timbul akibat ketidakpatuhan.
- **Risiko Reputasi:** Penerapan aspek keberlanjutan membantu membangun dan mempertahankan reputasi positif Bukalapak. Dengan menunjukkan komitmen pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, Bukalapak meningkatkan kepercayaan dari konsumen dan investor, yang krusial untuk kesuksesan jangka panjang.
- **Business & Financial Risk:** Bukalapak's implementation of sustainability practices is critical in mitigating various risks associated with business processes, operational strategies, and the Company's financial situation, including financing responsibilities for operations. These sustainable business practices help Bukalapak reduce potential financial losses while maintaining stable and healthy business operations.
- **Legal & Compliance Risk:** In terms of legal and compliance risks, sustainability practices ensure that the Company's operations are in accordance with applicable rules and regulations, including environmental and social standards. This minimises the probability of lawsuits, fines, and other sanctions that may result from failure to comply.
- **Reputational Risk:** Implementing sustainability measures helps Bukalapak build and maintain its positive reputation. Bukalapak builds trust with consumers and investors by demonstrating its commitment to social and environmental responsibility, a vital factor for achieving long-term success.

Dengan menghubungkan aspek keberlanjutan dengan pengelolaan risiko ini, Bukalapak tidak hanya memperkuat fondasi bisnisnya tetapi juga menunjukkan komitmennya terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan dan ketahanan Perseroan dalam menghadapi berbagai tantangan.

By integrating sustainability aspects into the management of these risks, Bukalapak not only enhances its business framework but also demonstrates its commitment to responsible and sustainable business practices, ultimately bolstering the Company's success and ability to withstand diverse challenges.

Struktur Tata Kelola Keberlanjutan [E.1]

Bukalapak memiliki struktur tata kelola yang mencakup Rapat Umum Pemegang Saham ("RUPS"), Dewan Komisaris, dan Direksi. RUPS merupakan organ Perseroan yang memiliki wewenang tertentu sesuai dengan perundang-undang dan Anggaran Dasar. Dewan Komisaris berperan dalam pengawasan umum dan memberikan nasihat kepada Direksi. Sementara Direksi memiliki wewenang dan tanggung jawab penuh dalam pengurusan Perseroan, mewakili Perseroan di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan Anggaran Dasar. Dengan struktur ini, Bukalapak memastikan pelaksanaan tugas keberlanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip perundang-undangan dan tujuan Perseroan.

Sustainability Governance Structure [E.1]

Bukalapak's governance structure comprises a General Meeting of Shareholders ("GMS"), a Board of Commissioners ("BOC"), and a BOD. GMS is an organ of the Company that possesses specific powers as defined by the laws and Articles of Association ("AoA"). The BOC is responsible for general supervision and advises the BOD. The BOD possesses complete authority and accountability for overseeing the Company's operations, including representing the Company in legal proceedings, as stipulated by the AoA. Bukalapak's structure guarantees the implementation of sustainability tasks in alignment with legal principles and the Company's objectives.

Penanggung Jawab Penerapan Usaha Berkelanjutan [E.1]

Bukalapak, dalam komitmennya menerapkan praktik-praktik ESG, menunjuk Dewan Kehormatan sebagai penanggung jawab penerapan usaha berkelanjutan.

Direksi melakukan peninjauan kinerja ESG Bukalapak minimal dua kali dalam setahun. Peninjauan pertama dilakukan saat penyusunan dan penerbitan Laporan Keberlanjutan untuk BEI, dan peninjauan kedua dilakukan ketika penyusunan dan penerbitan strategi ESG.

Di samping itu, Bukalapak juga membentuk satuan tugas ESG, yang merupakan kelompok kerja dinamis beranggotakan karyawan dari berbagai unit kerja. Satuan tugas ini memiliki tugas utama untuk menjalankan *roadmap* ESG yang telah mendapatkan persetujuan dan pengesahan dari Direksi. Struktur satuan tugas ESG terdiri dari Dewan Kehormatan dan Tim Pelaksana. Tim Pelaksana diketuai oleh Head of Sustainability and Strategic Partnerships serta beranggotakan perwakilan dari unit-unit kerja dari divisi Hubungan Investor, Talent/Sumber Daya Manusia, Komunikasi, dan Sekretaris Perusahaan. Setiap unit kerja yang terkait dengan aspek-aspek ESG memainkan peran penting dalam menerapkan strategi ESG Bukalapak secara komprehensif.

Bagian yang tidak terpisahkan dari satuan tugas ESG Bukalapak adalah posisi Duta ESG yang dipegang oleh Komisaris Independen. Posisi ini memiliki peran untuk mengawasi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ESG dalam organisasi, memberikan saran berharga untuk meningkatkan inisiatif ESG, dan secara aktif mempromosikan komitmen Bukalapak terhadap nilai-nilai ESG kepada publik yang lebih luas.

Pengembangan Kompetensi Usaha Berkelanjutan [E.2]

Berfokus pada aspek keberlanjutan, Perseroan secara konsisten melakukan inisiatif pengembangan kompetensi untuk meningkatkan pemahaman dan keahlian para pemangku kepentingan. Pada tahun 2023, Perseroan menyelenggarakan seminar, lokakarya, dan pelatihan untuk Dewan Komisaris, Direksi, dan karyawan sebagai bagian dari komitmen Perseroan terhadap pengembangan kompetensi terkait usaha berkelanjutan.

Parties Responsible for the Implementation of Sustainable Business [E.1]

Bukalapak appoints the Honorary Board to oversee the implementation of sustainable business practices as part of its commitment to ESG.

The Board of Directors conducts a biannual assessment of Bukalapak's ESG performance. The initial review takes place during the preparation and publication of the Sustainability Report for the IDX, while the subsequent review occurs during the preparation and publication of the ESG strategy.

Furthermore, Bukalapak has formed an ESG task force, comprising employees from diverse work units, to actively address environmental, social, and governance issues. The primary responsibility of this task force is to implement the ESG roadmap that has been authorised and supported by the Board of Directors. The ESG task force is composed of an Honorary Board and an Implementation Team. The Implementation Team is led by the Head of Sustainability and Strategic Partnerships and comprises representatives from the Investor Relations, Talent/Human Resources, Communications, and Corporate Secretary divisions. Each ESG-related working unit contributes significantly to the comprehensive implementation of Bukalapak's ESG strategy.

The ESG task force at Bukalapak includes the role of an ESG Ambassador, which is held by an Independent Commissioner. The primary responsibility of this position is to ensure adherence to ESG principles within the organisation, provide valuable guidance to improve ESG initiatives, and actively advocate Bukalapak's commitment to ESG values to the general public.

Competency Development for Sustainable Business [E.2]

With a focus on sustainability, the Company consistently implements competency development initiatives to enhance the understanding and expertise of stakeholders, with a strong emphasis on sustainability. In 2023, the Company held seminars, workshops, and training sessions for the BOC, Directors, and employees to enhance their competencies in sustainable business practices, as part of the Company's commitment to professional development.

Program Pelatihan Training Program	Pengyelenggara Organiser	Peserta Participants	Jabatan/Divisi Position/Division
ESG Networking & Discussion: Driving Sustainable Innovation	ASEAN Innovation Business Platform	Victor Lesmana	Director
		Boyd J. Whallan	Strategic Partnership
		Beryl Masdiary	CSR & Community Development
		Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
IDX-PwC: Membuka Peluang melalui Peningkatan ESG Rating	PricewaterhouseCoopers ("PwC") dan BEI	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
IDX-PwC: Unlocking Opportunities through Improved ESG Rating	PricewaterhouseCoopers (PwC) and the IDX		
ESG Update: Sustainability Disclosure Introduction to ISSB	ICSA	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
Sosialisasi Pedoman Umum Governansi Korporat Indonesia dan Penyelenggaraan Annual Report Award 2023	Komite Nasional Kebijakan Governansi ("KNKG") didukung oleh Indonesian Institute for Corporate Director ("IICD") dan AEI	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
Dissemination of the Indonesian Corporate Governance Guidelines and Organisation of the Annual Report Award 2023	The National Committee on Governance Policy ("KNKG") supported by the Indonesian Institute for Corporate Directors ("IICD") and the AEI.		
IFC and IDX ESG Collaboration Launch Event and ESG Leadership Training	IFC dan BEI IFC dan IDX	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
SADAR Session - Indonesian Personal Data Protection Bills Socialization - Protect Our Customer Privacy	Perseroan The Company	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
		Monica Catherine	Corporate Secretary
		Novita Indah Lestari	ESG & GCG
Strengthening the Board's Succession: A Framework for Board Performance & Evaluation	ICSA	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
Workshop CG Officer Corporate Communications	ICSA	Monica Catherine	Corporate Secretary
Peluang Perdagangan Karbon dalam Upaya Dekarbonisasi Carbon Trading Opportunities in Decarbonisation Efforts	OJK Institute	Novita Indah Lestari	ESG & GCG
The Corporate Governance Officer's Role in Driving Digital Resilience	ICSA	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
Sosialisasi Kriteria dan Penilaian ASEAN Corporate Governance Scorecard ("ACGS") 2024 Dissemination of the ASEAN Corporate Governance Scorecard ("ACGS") 2024 Criteria and Assessment	AEI dan OJK AEI and OJK	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
		Monica Catherine	Corporate Secretary
		Novita Indah Lestari	ESG & GCG
The Futurist Summit 2023	Pijar Foundation	Cut Fika Lutfi	Corporate Secretary
		Novita Indah Lestari	ESG & GCG
		Beryl Masdiary, Astari Diva Amanda, Alifia Raisya	Government Relations & External Affairs

Penilaian Risiko atas Penerapan Usaha Berkelanjutan [E.3]

Bukalapak yang bergerak di sektor *e-commerce* Indonesia menghadapi berbagai risiko dalam kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, Perseroan memerlukan metode yang dapat mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko-risiko tersebut. Dengan menerapkan manajemen risiko di semua lini Perseroan, diharapkan risiko-risiko tersebut dapat dikelola dan dikendalikan secara efektif dan efisien, sehingga tidak mengganggu proses pencapaian kinerja dan target Perseroan.

Kebijakan Manajemen Risiko Bukalapak mengatur bahwa manajemen risiko adalah suatu proses perencanaan, pengaturan, pemantauan, dan pengelolaan risiko potensial untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin terjadi terhadap Perseroan. Manajemen risiko ini bertujuan untuk melindungi Perseroan agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, proses manajemen risiko yang efektif akan membantu mengidentifikasi risiko-risiko yang menjadi ancaman terbesar bagi Perseroan, serta memberikan panduan untuk menanganinya. Untuk mencapai tujuan tersebut, Bukalapak menerapkan proses manajemen risiko pada seluruh lini bisnis sesuai dengan ISO 31000:2018 - Risk Management serta model pertahanan tiga lapis untuk koordinasi manajemen risiko yang efektif.

Untuk memperkuat tata kelola dan integritas Perseroan, pada tahun 2023 Perseroan memulai penerapan Sistem Manajemen Anti Penyuapan sesuai ISO 37001:2016 - Anti Bribery Management System yang melibatkan partisipasi dari semua level organisasi.

Untuk memastikan efektivitas penerapan sistem manajemen ini, pada Maret 2024 Perseroan melakukan audit independen oleh Intertek SAI Global. Perseroan dinyatakan lolos dan direkomendasikan memperoleh sertifikat ISO 37001:2016 - Anti Bribery Management System dengan nomor sertifikasi ABMS40066 yang berlaku selama 3 (tiga) tahun.

Profil Risiko dan Upaya Mitigasi Risiko

Pada tahun 2023, Perseroan telah mengidentifikasi risiko dan melakukan langkah-langkah mitigasi. Hal

Risk Assessment related to the Implementation of Sustainable Business [E.3]

Bukalapak, which operates in the Indonesian *e-commerce* sector, faces a variety of operational risks. As a result, the Company needs a method for identifying, assessing, and managing these risks. By implementing risk management throughout all aspects of the business, it is expected that these risks will be effectively and efficiently managed and controlled, thereby avoiding any disruption to the Company's performance and targets.

The Bukalapak Risk Management Policy states that risk management is the process of planning, regulating, monitoring, and managing potential risks to reduce the negative impact on the Company. This risk management strategy aims to safeguard the Company in order to accomplish the established objectives. Moreover, a proficient risk management process will aid in identifying the risks that present the most significant danger to the Company and offering guidance on how to handle them. Bukalapak implements a risk management process in all its business lines, following ISO 31000 - Risk Management guidelines. Additionally, it employs a three-layer defence model to ensure efficient coordination of risk management.

To strengthen the Company's governance and integrity, in 2023 the Company started the implementation of the Anti Bribery Management System in accordance with ISO 37001:2016 - Anti Bribery Management System which involves participation from all levels of the organization.

To ensure the effectiveness of the implementation of this management system, in March 2024 the Company conducted an independent audit by Intertek SAI Global. The Company passed and was recommended to obtain ISO 37001:2016 certification for the Anti-Bribery Management System with certification number ABMS40066 valid for 3 (three) years.

Risk Profile and Mitigation Efforts

In 2023, the Company identified risks and implemented mitigation measures. This is done to

ini dilakukan agar dampak risiko dapat diminimalisir. Adapun risiko utama dan mitigasi risiko yang dirumuskan oleh Perseroan selama tahun 2023 adalah sebagai berikut:

minimise the impact of risks. The primary risks and risk mitigation strategies developed by the Company for 2023 are as follows:

Profil Risiko dan Upaya Mitigasi Risiko | Risk Profile and Risk Mitigation Efforts

Jenis Risiko Type of Risks	Penjelasan Explanation	Upaya Mitigasi Mitigation Effort
Risiko Operasional Operational Risk	Risiko operasional merupakan risiko yang timbul akibat dari kegagalan sistem namun tidak terbatas pada perangkat keras, perangkat lunak, sistem komunikasi, dan kegagalan manusia akibat kelalaian maupun kesengajaan, serta kegagalan proses yang menyebabkan sesuatu tidak berjalan sebagaimana mestinya. Kegagalan sistem, proses, dan manusia ini dapat bersumber dari kejadian internal maupun eksternal seperti bencana alam dan kejadian force majeure lainnya. Risiko operasional memiliki cakupan yang cukup luas dengan meliputi segala bentuk kegiatan operasional. Operational risk is a risk arising from system failures, but not limited to hardware, software, communication systems, and human failures due to negligence or intentionality, as well as process failures that cause something not to work as it should. System, process, and human failures can originate from internal or external events such as natural disasters and other force majeure events. Operational risk has a fairly broad scope by covering all forms of operational activities.	• Melakukan perbaikan pada proses bisnis, hal ini dapat berupa perbaikan sistem atau perbaikan proses kerja. • Membuat prosedur kerja sebagai perbaikan desain dari proses bisnis. • Melakukan pemantauan aktivitas bisnis secara berkala untuk memastikan aktivitas sudah dijalankan sesuai dengan prosedur yang diterapkan. • Make improvements to business processes, in the form of system improvements or work process improvements. • Create work procedures as a design improvement of business processes. • Monitor business activities on a regular basis to ensure activities are executed in accordance with the set procedures.
Risiko Bisnis & Finansial Business & Financial Risk	Risiko yang muncul sebagai konsekuensi dilakukannya proses bisnis Perseroan, strategi Perseroan dalam menjalankan bisnis, dan terkait kondisi keuangan Perseroan, termasuk mengenai hal kewajiban pembiayaan Perseroan untuk melakukan kegiatan operasionalnya. Risiko ini juga berhubungan dengan perlindungan hak milik, aset, dan harta Perseroan. Setiap harta dan aset Perseroan harus tercatat dan dikelola dengan baik. Setiap kerugian yang timbul akibat kegiatan bisnis Perseroan dan segala bentuk kehilangan/berkurangnya aset karena kesalahan merupakan salah satu bentuk dampak dari risiko bisnis dan finansial. Risks that arise as a consequence of the company's business processes, the Company's strategy in conducting business, and related to the Company's financial condition, including regarding the Company's financing obligations to carry out its operational activities. This risk is also related to the protection of property rights, assets, and company assets. Every property and asset of the company must be recorded and managed properly. Any losses arising from the Company's business activities and any form of asset losses/reductions due to errors are a form of impact of business and financial risk.	• Melakukan upaya manajemen risiko pada inisiatif bisnis baru sehingga dapat selaras dengan tujuan Perseroan. • Melakukan proses rekonsiliasi pada aktivitas bisnis dan memastikan segala bentuk kewajiban telah terpenuhi baik dari Perseroan maupun pihak ketiga. • Menerapkan aturan dalam penggunaan biaya sales & marketing melalui efisiensi proses, sehingga Perseroan dapat lebih tumbuh berkesinambungan. • Carry out risk management efforts on new business initiatives to be aligned with Company goals. • Carry out the reconciliation process in business activities and ensure all obligations have been fulfilled from both the Company and third parties. • Implement rules in the use of sales & marketing costs through process efficiency, to ensure the Company can have a more sustainable growth.

Jenis Risiko Type of Risks	Penjelasan Explanation	Upaya Mitigasi Mitigation Effort
Risiko Hukum & Kepatuhan <i>Legal & Compliance Risk</i>	Risiko yang timbul karena pengelolaan kepatuhan perusahaan terhadap persyaratan internal dan eksternal yang dilakukan oleh manajemen Perseroan kurang memadai. Bentuk persyaratan eksternal dapat berupa peraturan perundang-undangan dan aturan lainnya yang berlaku, sementara persyaratan internal dapat berupa peraturan internal Perseroan dalam bentuk <i>standar operating procedure</i> maupun kebijakan lainnya, termasuk kebijakan <i>Anti-Fraud</i>. Kegagalan dalam mengelola risiko tersebut dapat memunculkan permasalahan hukum yang dapat menimbulkan kerugian bagi Perseroan. Bentuk kerugian dapat berupa tuntutan, denda, pencabutan izin beroperasi, gangguan atas hubungan dengan pihak ketiga, sampai hilangnya kepercayaan dari masyarakat. Sebagai perusahaan yang sehat, Perseroan harus tunduk dan patuh terhadap aturan yang berlaku di negara Indonesia. Selain itu, Perseroan juga harus dapat mengelola risiko yang timbul dari kerja sama dengan pihak ketiga. Kerjasama yang diatur dalam perjanjian yang mengikat dan sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Risks due to the inadequate management of the company's compliance with internal and external requirements. External requirements can be in the form of laws and regulations and other applicable rules, while internal requirements can be in the form of internal company regulations in the form of standard operating procedures and other policies, including Anti-Fraud policies. Failure to manage these risks can lead to legal issues that can cause losses to the company. Losses can take the form of claims, fines, revocation of operating licences, disruption of relationships with third parties, and loss of trust from the public. As a healthy company, the Company must comply with the prevailing regulations in Indonesia. In addition, the Company must also be able to manage risks arising from cooperation with third parties. Cooperation that is regulated in a binding agreement and in accordance with applicable laws.	- Seluruh bisnis untuk membuat suatu Perjanjian Kerjasama yang sesuai dengan aturan Perseroan dan hukum berlaku. - Melakukan <i>gap identification</i> atas aturan baru atau aturan pembaruan yang dikeluarkan oleh pemerintah terhadap proses bisnis Perseroan untuk selanjutnya diterapkan dalam sebuah kebijakan internal baru Perseroan guna menghindari pelanggaran. - Melakukan pemenuhan atas persyaratan internal Perseroan dalam bentuk implementasi yang memadai di lini bisnis Perseroan. - Melakukan analisis risiko atas konteks Perjanjian Kerjasama yang akan dilakukan dengan pihak ketiga dan memastikan agar perjanjian atau kontrak yang mengikat Perseroan telah mencakup pasal-pasal yang tidak merugikan Perseroan dan memitigasi risiko dari perspektif hukum. - All businesses make Cooperation Agreements in accordance with company rules and applicable laws. - Conduct gap identification of new rules or updated rules issued by the government on the company's business processes to be subsequently implemented in a new internal company policy to avoid violations. - Fulfil the company's internal requirements in the form of adequate implementation in the company's line of business. - Conduct a risk analysis of the context of Cooperation Agreements that will be made with third parties and ensure that agreements or contracts that bind the Company include articles that do not harm the Company and mitigate risks from a legal perspective.

Jenis Risiko Type of Risks	Penjelasan Explanation	Upaya Mitigasi Mitigation Effort
Risiko Reputasi	Risiko reputasi timbul akibat dari menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan terhadap pelayanan atau kinerja Perseroan. Hal ini disebabkan oleh adanya publikasi negatif atau persepsi negatif yang berhubungan dengan kegiatan Perseroan. Reputasi merupakan hal yang tidak berwujud namun memiliki dampak yang besar terhadap Perseroan. Pengaruh dari reputasi yang buruk ini dapat mengakibatkan Perseroan kehilangan konsumen hingga kehilangan investor. Sehingga dalam menjalankan bisnisnya, Perseroan harus melakukan evaluasi untuk menghasilkan nilai dan memberikan manfaat sehingga nama baiknya tetap terjaga. Reputational risk arises due to a decrease in the level of stakeholder trust in the company's services or performance. This is caused by negative publications or negative perceptions related to the company's activities. Reputation is an intangible thing but has a significant impact on the company. A negative reputation can lead to a decline in both customer and investor support for the company. In order to effectively run its operations, the company must assess its performance to create value and deliver benefits, thereby ensuring the preservation of its reputation.	- Menjalankan Perseroan untuk mendukung SDGs, melalui <i>environment, sustainability</i>, dan penerapan asas <i>good corporate governance</i>. - Melakukan monitoring secara berkala terhadap pemberitaan di media massa sebagai langkah pencegahan. - Membuat internal prosedur untuk menanggulangi pemberitaan negatif di media. - Run the company to support the SDGs, through environment, sustainability, and application of the principles of good corporate governance. - Regular monitoring of news coverage in the mass media as a preventive measure. - Create internal procedures to deal with negative coverage in the media.

Evaluasi Penerapan Manajemen Risiko

Penerapan manajemen risiko Perseroan tahun 2023 sudah berjalan dengan baik dengan dilakukannya *Risk Control Assessment* di setiap divisi Perseroan dan entitas anak Perseroan yang memenuhi kriteria. Pengelolaan risiko tersebut tertuang di dalam *risk register* yang dipantau langsung oleh Unit Manajemen Risiko. Selain itu, Perseroan juga melakukan pemantauan berkala atas risiko yang dapat diukur dengan menerapkan Indikator Risiko Utama (*Key Risk Indicator* - "KRI") untuk setiap unit usaha Perseroan. KRI tersebut merupakan indikator yang digunakan oleh manajemen Perseroan sebagai *early warning signal* untuk mendeteksi aktivitas yang tidak sesuai dengan *Risk Appetite* yang ditetapkan oleh Perseroan. *Risk Control Assessment* dan penerapan KRI tersebut sejak tahun 2023 telah menggunakan sistem Archer™, dan tidak lagi dilakukan secara manual sebagaimana tahun-tahun sebelumnya.

Perseroan pun telah melakukan perbaikan proses secara terus menerus untuk risiko yang melebihi *Risk Appetite* dan memprioritaskan risiko melalui "*Top 10 Risks*". Risiko-risiko ini dipantau secara khusus oleh manajemen dan Komite Audit untuk dilakukan penyesuaian strategi dan tujuan bisnis.

Evaluation of Risk Management Implementation

The Company's risk management implementation in 2023 was proceeding satisfactorily, with the execution of Risk Control Assessment in every division and subsidiary that fulfilled the criteria. The Risk Management Unit monitors the risk register, which contains the risk management information. Furthermore, the Company consistently monitors risks by utilising Key Risk Indicators ("KRI") for each of its business units. The KRI is an indicator used by the Company's management as an early warning signal to detect activities that are not in accordance with the Risk Appetite set by the Company. Risk Control Assessment and implementation of the KRI since 2023 has used the Archer™ system, and is no longer done manually as in previous years.

The Company has implemented continuous process improvements for risks that exceed the Risk Appetite and prioritised risks using the "Top 10 Risks" list. The management and the Audit Committee closely monitor these risks to ensure that strategies and business objectives are consistent.

Perseroan secara teratur berinteraksi dengan kelompok-kelompok pemangku kepentingan, menerima masukan mengenai ESG, dan menyusun laporan berisi *critical concerns* dari para pemangku kepentingan.

The Company interacts with stakeholder groups on a regular basis, receives ESG input, and compiles a report on critical concerns raised by stakeholders.

Dari sisi infrastruktur manajemen risiko, Perseroan telah mengembangkan infrastruktur yang memungkinkan proses manajemen risiko dilakukan secara sistematis, otomatis, dan digital.

In terms of risk management infrastructure, the Company has developed infrastructure that enables the risk management process to be carried out systematically, automatically, and digitally.

Pelibatan Pemangku Kepentingan [E.4]

Pemangku kepentingan memiliki peran krusial dalam menjaga keberlanjutan operasional Bukalapak, mempengaruhi komitmen, dan membantu mewujudkan tujuan Perseroan. Bukalapak berkomitmen menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan melalui beragam pendekatan dan memastikan komunikasi rutin. Perseroan secara teratur berinteraksi dengan kelompok-kelompok pemangku kepentingan, menerima masukan mengenai ESG, dan menyusun laporan berisi *critical concerns* dari para pemangku kepentingan. Laporan tersebut disampaikan kepada Direksi dan, setelah persetujuan, diinformasikan kepada Dewan Komisaris.

Bukalapak menggunakan proses identifikasi untuk menetapkan kelompok pemangku kepentingan dan melibatkan mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan masing-masing. Pemetaan isu dan pelaksanaan program berbasis isu tersebut mengacu pada AA1000 Stakeholder Engagement Standard versi 2015 dari AccountAbility. Dengan demikian, Bukalapak memastikan selalu responsif terhadap perhatian dan kebutuhan pemangku kepentingan, menjadikan interaksi dengan para pemangku kepentingan sebagai dasar bagi perumusan kebijakan dan praktik usaha yang berkelanjutan.

Stakeholder Engagement [E.4]

Stakeholders play a critical role in ensuring Bukalapak's operational sustainability, influencing commitments, and achieving the Company's goals. Bukalapak is committed to maintaining positive relationships with stakeholders through a variety of approaches, including regular communication. The Company interacts with stakeholder groups on a regular basis, receives ESG input, and compiles a report on critical concerns raised by stakeholders. The report is submitted to the Board of Directors and, once approved, shared with the Board of Commissioners.

Bukalapak employs an identification process to define stakeholder groups and engage them based on their specific needs and expectations. The mapping of issues and the implementation of issue-based programmes refer to the AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2015 version from AccountAbility. Thus, Bukalapak ensures that it is always responsive to stakeholders' concerns and needs, using stakeholder interactions as the basis for policy formulation and sustainable business practices.

Metode Identifikasi Kelompok Pemangku Kepentingan | Methods for Identifying Stakeholder Groups

D	Ketergantungan Dependency Perseroan memiliki ketergantungan pada seseorang atau sebuah organisasi, atau sebaliknya The Company has a dependency on a person or an organisation, or vice versa	
R	Tanggung Jawab Responsibility Perseroan memiliki tanggung jawab hukum, komersial atau etika terhadap seseorang atau sebuah organisasi. The Company has a legal, commercial, or ethical responsibility to a person or an organisation.	
T	Perhatian Tension Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pengaruh terhadap terkait isu ekonomi, sosial atau lingkungan tertentu. A person or an organisation has influence over certain economic, social, or environmental issues.	
I	Pengaruh Influence Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pengaruh terhadap atau strategi atau kebijakan pemangku kepentingan lain. A person or an organisation has influence over or the strategies or policies of other stakeholders.	
DP	Keberagaman Pandangan Diverse Perspective Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pandangan yang berbeda yang dapat mempengaruhi situasi dan mendorong adanya aksi yang tidak ada sebelumnya. A person or an organisation has different views that can influence a situation and prompt action where there was none before.	

Setelah dilakukan pemetaan, Perseroan kemudian melakukan metode pelibatan pemangku kepentingan sebagai berikut:

After mapping, the Company employed the following stakeholder engagement methods:

Pemangku Kepentingan Stakeholder	Basis Penetapan/ Identifikasi Basis for Determination/ Identification	Metode Pelibatan Engagement Method	Frekuensi Frequency	Topik/Masalah yang Dibahas Topics/Problems Discussed
Pelanggan Customers	D, R, T, I	Website dan <i>frontline information</i> Website and frontline information	Setiap saat bila diperlukan As required	Mendapatkan kepuasan layanan. Get service satisfaction.
		Take down terkait dengan permasalahan HAKI Take down related to IPR issues	Setiap saat bila diperlukan As required	Informasi produk dan jasa terbaru yang dimiliki Perseroan dan perlindungan HAKI oleh Bukalapak terkait dengan potensi pelanggaran HAKI dan produk berbahaya. Information on the latest products and services owned by the Company and the protection of IPR by Bukalapak regarding potential IPR violations and dangerous products.
		Layanan Call Center Call Center Services	Setiap saat bila diperlukan As required	Mendapatkan solusi apabila ada pertanyaan atau keluhan soal pelayanan produk dan jasa. Get solutions if there are questions or complaints about products and services.
		Survei Kepuasan Pelanggan/ Konsumen Customer/Consumer Satisfaction Survey	Satu kali dalam setahun. Once a year.	Mendapatkan gambaran tentang angka kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Get an overview of customer satisfaction and dissatisfaction numbers.

Pemangku Kepentingan Stakeholder	Basis Penetapan/ Identifikasi Basis for Determination/ Identification	Metode Pelibatan Engagement Method	Frekuensi Frequency	Topik/Masalah yang Dibahas Topics/Problems Discussed
Pemegang Saham Shareholders	D, R, I	RUPS GMS	Satu kali dalam setahun. Once a year.	Perseroan mampu mencapai target sesuai dengan yang ditetapkan dalam RUPS sebelumnya. The Company was able to achieve the targets set in the previous GMS.
Pemerintah dan OJK The government and the OJK	D, R, T, I, DP	Pelaporan pelaksanaan kepatuhan Compliance implementation reporting	Empat kali dalam setahun. Four times per year.	Memberikan informasi tentang kepatuhan terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku melalui penyampaian laporan keuangan Perseroan. Provide information about compliance with applicable laws and regulations through the submission of the Company's financial statements.
Karyawan Employees	D, R, T, I	Media Internal (Majalah) Internal Media (Magazine) Survei Kepuasan Pegawai Employee Satisfaction Survey	Tiga bulan sekali Quarterly Satu kali dalam setahun. Once a year.	Melakukan sosialisasi kebijakan dan strategi yang berkaitan dengan kepegawaian. Dissemination of policies and strategies related to employment. Mengukur tingkat kepuasan pegawai dan menjangkau harapan mereka. Measuring employee satisfaction levels and capturing their expectations.
Rekanan Vendor	D, R, T	Kontrak rekanan, investasi, seminar dan workshop Contract with vendor for seminar and investment	Setiap saat bila diperlukan As required	Proses pengadaan yang transparan dan objektif. Memperoleh kerja sama saling menguntungkan. Transparent and objective procurement process. Obtain mutually beneficial cooperation.

Pemangku Kepentingan Stakeholder	Basis Penetapan/ Identifikasi Basis for Determination/ Identification	Metode Pelibatan Engagement Method	Frekuensi Frequency	Topik/Masalah yang Dibahas Topics/Problems Discussed
Organisasi Kemasyarakatan/ Organisasi Sosial/ Lembaga Swadaya Masyarakat Community Organisations/ Social Organisations/ Non-Governmental Organisations	D, R, T, I, DP	Kerja sama strategis untuk menjalankan program-program tanggung jawab Perseroan, baik di bidang sosial maupun lingkungan Strategic collaboration to carry out corporate responsibility programs, both in the social and environmental fields	Setiap saat bila diperlukan As required	Mengoptimalkan pencapaian program CSR Perseroan. Optimising the achievement of the Company's CSR program.
Media	T, I, DP	Siaran pers Press release	Setiap saat bila diperlukan As required	Narasumber berita yang terpercaya memberikan informasi terkait bisnis yang perlu diketahui oleh publik. Reliable news sources providing information related to business that needs to be known by the public.

Permasalahan terhadap Penerapan Usaha Berkelanjutan [E.5]

Dalam upayanya menerapkan strategi keberlanjutan, Bukalapak menghadapi berbagai kendala yang mencakup berbagai aspek, mulai dari keterbatasan sumber daya hingga dinamika perubahan regulasi yang cepat.

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya. Hal ini tidak hanya terkait dengan sumber daya finansial, tetapi juga sumber daya manusia dan teknologi. Keterbatasan ini berdampak pada kemampuan Bukalapak dalam mengimplementasikan inisiatif keberlanjutan secara efektif dan efisien.

Selanjutnya, adaptasi terhadap perubahan regulasi juga menjadi tantangan penting yang dihadapi oleh Bukalapak. Regulasi yang berkaitan dengan keberlanjutan terus berkembang, dan Bukalapak harus selalu tanggap dalam menyesuaikan diri agar tetap mematuhi standar yang berlaku serta mengoptimalkan peluang yang muncul dari perubahan tersebut.

Issues on the Implementation of Sustainable Business [E.5]

Bukalapak faces a number of challenges in implementing sustainability strategies, including limited resources and the dynamics of rapid regulatory changes.

Limited resources are one of the most significant challenges. This concerns not only financial resources, but also human resources and technology. These limitations have an impact on Bukalapak's ability to carry out sustainability initiatives effectively and efficiently.

Furthermore, Bukalapak faces significant challenges in adapting to regulatory changes. Bukalapak must consistently adapt to evolving regulations in sustainability to ensure compliance with relevant standards and capitalise on emerging opportunities.

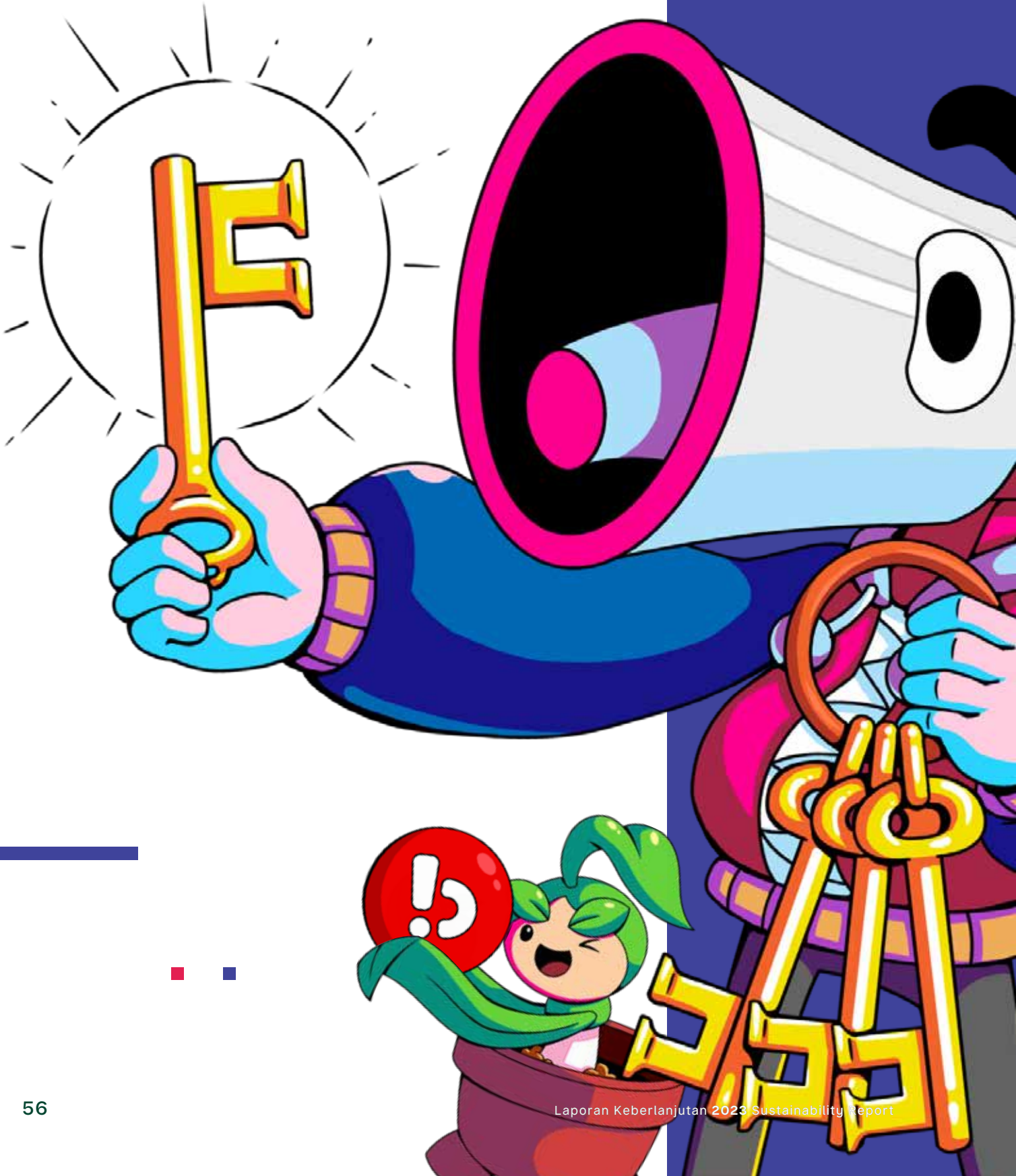
Kompleksitas dan luasnya cakupan pemangku kepentingan juga menjadi tantangan tersendiri. Bukalapak harus mampu memahami dan memenuhi ekspektasi yang berbeda dari berbagai pihak, yang dapat meliputi pelanggan, investor, karyawan, dan masyarakat umum.

Tak kalah penting, Bukalapak juga harus berusaha untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan semua pemangku kepentingan dalam upaya keberlanjutan, yang tidak hanya mencakup aspek lingkungan, tetapi juga sosial dan tata kelola perusahaan.

The intricate and wide-ranging array of stakeholders also presents a challenge. Bukalapak must possess the ability to comprehend and fulfil the varied expectations of different stakeholders, encompassing customers, investors, employees, and the general public.

Equally important, Bukalapak must work to enhance the comprehension and involvement of all stakeholders in sustainability initiatives, encompassing environmental, social, and corporate governance aspects.







03.

INISIATIF KEBERLANJUTAN

SUSTAINABILITY INITIATIVES

Menciptakan Ekonomi yang Adil Bagi Semua ■

To Create a Fair Economy For All

Ekonomi digital Indonesia berkembang secara substansial pada tahun 2023, setelah berhasil mengatasi hambatan ekonomi makro global. Laporan e-Conomy SEA 2023 oleh Google, Temasek, dan Bain & Company menyoroti bahwa nilai barang dagangan bruto ("GMV") ekonomi digital Indonesia diproyeksikan tumbuh 8% menjadi AS\$82 miliar pada tahun 2023 dan mencapai AS\$109 miliar pada tahun 2025. Selain itu, pendapatan ekonomi digital Asia Tenggara diproyeksikan akan mencapai AS\$100 miliar pada tahun ini, tumbuh 1,7 kali lebih cepat dibandingkan dengan GMV regional.

Indonesia's digital economy expanded substantially in 2023, having overcome global macroeconomic obstacles. The e-Conomy SEA 2023 report by Google, Temasek, and Bain & Company highlighted that Indonesia's digital economy's gross merchandise value ("GMV") was projected to grow by 8% to US\$82 billion in 2023 and reach US\$109 billion by 2025. Additionally, the revenue of Southeast Asia's digital economy is projected to hit US\$100 billion this year, expanding 1.7 times faster than the regional GMV.





Terlepas dari kemajuan ini, ekonomi digital terus menghadapi tantangan, termasuk peraturan baru yang berdampak pada e-commerce dan perlunya perusahaan digital menunjukkan profitabilitas dan strategi pertumbuhan untuk menarik investasi. Selain itu, memperluas jangkauan digital di luar wilayah perkotaan sangat penting untuk membuka peluang pertumbuhan lebih lanjut. Sektor e-commerce juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan profitabilitas dengan secara efektif mematuhi peraturan dan menerapkan skema omnichannel.

Despite these advances, the digital economy continued to face challenges, including new regulations impacting e-commerce and the need for digital companies to demonstrate profitability and growth strategies to attract investment. Moreover, expanding digital reach beyond urban areas is crucial for unlocking further growth. The e-commerce sector is also expected to drive growth and profitability by effectively complying with regulations and implementing omnichannel schemes.

Kinerja Bukalapak di tahun 2023

Lanskap ekonomi digital yang terus berkembang menawarkan manfaat sosial dan ekonomi yang signifikan, menandai lintasan yang menjanjikan bagi Indonesia dan Bukalapak. Bukalapak menjadi yang terdepan dalam mempromosikan akses digital dan memberdayakan UMKM, sehingga mendorong ekonomi yang lebih merata.

Beroperasi terutama melalui aplikasi Bukalapak dan Mitra Bukalapak, Perseroan menghadirkan proposisi nilai yang unik yang menjangkau segmen pasar dan saluran yang beragam di Indonesia, yang mencakup ranah digital dan fisik. Dengan wilayah operasinya yang menjangkau setiap daerah di Indonesia, Bukalapak telah membangun sinergi antara pasar online dan jaringan ritel offline yang komprehensif, yang secara signifikan meningkatkan kehadiran mereknya secara nasional.

Bukalapak Performance in 2023

The evolving digital economy landscape offers significant social and economic benefits, marking a promising trajectory for Indonesia and Bukalapak. Bukalapak is leading the way in promoting digital access and empowering MSMEs, thereby fostering a more equitable economy.

Operating primarily through the Bukalapak and Mitra Bukalapak applications, the Company presents a unique value proposition that spans Indonesia's diverse market segments and channels, embracing both the digital and physical realms. With its operational area extending to every region of the country, Bukalapak has established a synergy between the online marketplace and a comprehensive offline retail network, significantly enhancing its brand presence nationwide.



Bukalapak telah mengubah dirinya menjadi platform “All-Commerce”, dengan memanfaatkan pasar dan platform O2O sebagai mesin penggerak utama untuk meningkatkan *traffic* dan pendapatan.

Bukalapak has reinvented itself as an “All-Commerce” platform, leveraging marketplaces and O2O platforms as pivotal engines for traffic and revenue growth.

Bertransisi dari sekadar pasar tradisional, Bukalapak telah mengubah dirinya menjadi platform “All-Commerce”, dengan memanfaatkan pasar dan platform O2O sebagai mesin penggerak utama untuk meningkatkan *traffic* dan pendapatan. Sebagai bagian integral dari ekosistemnya, platform keuangan memenuhi beragam kebutuhan Mitra Bukalapak, pedagang online, dan pelanggan, merangkum solusi yang meningkatkan trafik organik untuk pedagang online. Pendekatan ini telah mempercepat perluasan jaringan pelanggan dan Mitra Bukalapak serta memperkuat profitabilitas Perseroan di berbagai bidang usaha yang terspesialisasi, memperkuat posisi Bukalapak di jantung ekonomi digital Indonesia yang sedang berkembang.

Bukalapak mengkategorikan bisnisnya ke dalam tiga segmen yang berbeda untuk mengoptimalkan operasinya dan memenuhi beragam kebutuhan pelanggannya di seluruh Indonesia. Ketiga segmen tersebut adalah:

Transitioning beyond a traditional marketplace, Bukalapak has reinvented itself as an “All-Commerce” platform, leveraging marketplaces and O2O platforms as pivotal engines for traffic and revenue growth. Integral to its ecosystem, financial platforms cater to the diverse needs of Mitra Bukalapak, online merchants, and customers, encapsulating solutions that bolster organic traffic for online merchants. This approach has expedited the expansion of its customer and Mitra Bukalapak networks and amplified the Company's profitability across various specialised verticals, reinforcing Bukalapak's position at the heart of Indonesia's thriving digital economy.

Bukalapak categorises its business into three distinct segments to optimise its operations and cater to the diverse needs of its customers across Indonesia. These segments are:



Marketplace, yang mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan penjualan produk virtual dan fisik, layanan fitur, logistik, fintech, dan layanan marketplace lainnya.

Marketplace, which encompasses all activities related to the sale of virtual and physical products, feature services, logistics, fintech, and other marketplace services.



Mitra Bukalapak, berfokus pada pemberdayaan pelapak lokal dan usaha kecil dengan mengintegrasikan mereka sebagai agen dalam ekosistem Bukalapak yang luas, memfasilitasi akses mereka ke pasar yang lebih luas dan layanan keuangan digital.

Mitra Bukalapak, focuses on empowering local retailers and small businesses by integrating them as agents within Bukalapak's vast ecosystem, facilitating their access to a wider market and digital financial services.



BukaPengadaan, yang mencakup proses pengadaan barang dan jasa.

BukaPengadaan, which includes the procurement processes for goods and services.

Di tahun 2023, pendapatan Bukalapak tercatat sebesar Rp 4.438,27 miliar, bertumbuh sebesar 22,66%, dibandingkan Rp3.618,37 miliar di tahun 2022. Segmen Marketplace menjadi penyumbang terbesar pendapatan mencapai 50,44%, disusul oleh segmen O2O sebesar 49,31%.

Pertumbuhan pendapatan juga diikuti oleh pertumbuhan EBITDA yang Disesuaikan sebesar 63%, menjadikan landasan yang kuat bagi Bukalapak untuk secara konsisten mencatatkan profitabilitas dan menjamin keberlanjutan usahanya di tahun-tahun mendatang.

In 2023, Bukalapak's revenue was recorded at Rp4,438.27 billion, growing by 22.66%, compared to Rp3,618.37 billion in 2022. The Marketplace segment was the largest contributor to revenue reaching 50.44%, followed by the O2O segment at 49.31%.

Revenue growth was also followed by Adjusted EBITDA growth of 63%, making a strong foundation for Bukalapak to consistently record profitability and ensure the sustainability of its business in the coming years.

Kinerja Keuangan Bukalapak Tahun 2022-2023 | Bukalapak Financial Performance in 2022-2023 [F.2]

[dalam juta Rupiah | in million Rupiah]

Uraian Description	2023	2022
Pendapatan Neto Net Revenues	4.438.269	3.618.366
EBITDA*	(2.056.320)	1.852.623
EBITDA yang Disesuaikan** Adjusted EBITDA **	(474.728)	(1.293.821)
Laba (Rugi) Tahun Berjalan Profit (Loss) for the Year	(1.377.544)	1.977.594
Total Aset Total Assets	26.124.777	27.406.405
Total Liabilitas Total Liabilities	792.029	907.921
Total Ekuitas Total Equity	25.332.748	26.498.483

* Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan, dan amortisasi (tidak diaudit)

** Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan dan amortisasi, tidak termasuk biaya opsi saham, biaya terkait M&A dan investasi, laba/rugi selisih kurs - neto dan laba/rugi atas investasi - neto (tidak diaudit)

* Earnings before interest, taxes, depreciation and amortisation (unaudited)

** Earnings before interest, tax and depreciation, excluding stock option cost, M&A and investment related costs, gain/loss forex - net and gain/loss on investment (unaudited)

Pencapaian Target dengan Realisasi di tahun 2023 | Achievement of Targets with Realisation in 2023 [F.2]

[dalam million Rupiah | in billion Rupiah]

Uraian Description	Kinerja Aktual 2023 Actual Performance 2023	Target Perseroan 2023 2023 Company Guidance		Target Tercapai Target Achieved
		Target 2023	Year on Year (YoY)	
Pendapatan Neto Net Revenue	4,438	4,250 - 4,750	Meningkat sebesar 17 hingga 31% Improved by 17 to 31%	Ya Yes
EBITDA yang disesuaikan Adjusted EBITDA	(475)	> (525)	Meningkat sebesar 59% Improved by 59%	Ya Yes

Mendorong Pelestarian Lingkungan

Promoting Environmental Preservation

Dalam dunia bisnis saat ini, tantangan lingkungan seperti risiko iklim, kelangkaan air, pemanasan global, dan peningkatan emisi karbon merupakan ancaman nyata bagi keberlangsungan hidup manusia. Bukalapak menyadari bahwa pelestarian lingkungan merupakan bagian tak terpisahkan dari keberlangsungan bisnis kami. Oleh karena itu, kami secara konsisten merumuskan berbagai solusi sebagai upaya untuk mendorong kelestarian lingkungan.

The contemporary business landscape is confronted with tangible threats to human survival, including climate risk, water scarcity, global warming, and increasing carbon emissions. Bukalapak acknowledges that environmental preservation is an integral part of our business's sustainability. Therefore, we continuously develop various solutions to promote environmental sustainability.





Bagian ini memaparkan kinerja lingkungan kami, menceritakan bagaimana Bukalapak telah secara proaktif mengembangkan berbagai inisiatif yang melampaui praktik bisnis konvensional. Pertama, kami memahami bahwa sektor UMKM, yang merupakan tulang punggung lanskap ekonomi Indonesia, memiliki potensi yang sangat besar untuk mendorong perubahan lingkungan yang positif. Untuk itu, Bukalapak, dalam komitmennya terhadap keberlanjutan, secara aktif memberdayakan UMKM untuk mengambil bagian dalam ekonomi sirkular melalui berbagai pendekatan seperti *re-commerce marketplace*. Selain itu, kami juga terus melibatkan masyarakat untuk turut serta mengatasi permasalahan lingkungan melalui program pelatihan dan inisiatif yang berdampak besar mulai dari kampanye penanaman pohon hingga pelatihan pengolahan sampah. Upaya-upaya ini secara kolektif berkontribusi dalam menciptakan ekosistem yang sinergis di mana pemberdayaan ekonomi selaras dengan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Sepanjang tahun 2023, Bukalapak juga secara reguler berkolaborasi dalam Gerakan Makan Tanpa Sisa bersama Bank DBS Indonesia. Perseroan telah mengurangi dan mencegah sampah makanan dengan cara mendonasikan makanan yang masa berlakunya sudah cukup pendek, untuk kemudian disalurkan dan segera dikonsumsi oleh masyarakat yang membutuhkan.

This section highlights Bukalapak's environmental performance, including how it has proactively developed various initiatives that go beyond traditional business practices. To begin, we recognise that the MSMEs sector, which forms the foundation of Indonesia's economic landscape, has enormous potential to drive positive environmental change. To that end, as part of its commitment to sustainability, Bukalapak actively empowers MSMEs to participate in the circular economy through multiple kinds of approaches, including a re-commerce marketplace. In addition, we continue to engage communities in environmental issues through training programmes and high-impact initiatives such as tree planting campaigns and waste management training. These endeavours collaborate to establish a synergistic ecosystem in which economic empowerment coexists with environmental responsibility.

In 2023, Bukalapak regularly partnered with DBS Bank Indonesia to participate in the Eating Without Leftovers Movement. The Company has mitigated food waste by donating perishable food items with a limited shelf life to individuals in need, ensuring immediate distribution and consumption.



Penerapan Ekonomi Sirkular

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia dan berdasarkan data Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia tanggal 12 Agustus 2023, UMKM berkontribusi terhadap 61% aktivitas ekonomi negara dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi 97% penduduknya. Menyadari peran penting yang dimainkan oleh UMKM dalam membentuk masa depan Indonesia yang rendah karbon, Bukalapak telah menyusun beragam program holistik berbasis prinsip ekonomi sirkular untuk memberdayakan UMKM dan berkontribusi secara substantif terhadap perlindungan lingkungan.

Prinsip ekonomi sirkular adalah suatu pendekatan ekonomi yang bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dengan cara mendesain, menggunakan, dan mendaur ulang produk secara efisien. Dalam ekonomi sirkular, barang dan material diubah menjadi sumber daya yang bernilai, sehingga mengurangi limbah dan dampak lingkungan. Bukalapak menerapkan prinsip ekonomi sirkular, dengan fokus pada upaya *reducing*, *reusing*, dan *recycling* untuk mengurangi sampah dan limbah.

Implementation of Circular Economy

MSMEs play a pivotal role in the Indonesian economy and based on data from the Coordinating Ministry for Economic Affairs of the Republic of Indonesia on August 12, 2023, MSMEs contribute 61% of total economic activity and employ 97% of the population. Recognising the critical role that MSMEs play in shaping Indonesia's low-carbon future, Bukalapak has developed a comprehensive programme based on circular economy principles to empower MSMEs while also making a significant contribution to environmental protection.

Circular economy principle is an economic approach that aims to maximise resource utilisation through efficient product design, use, and recycling. A circular economy transforms goods and materials into valuable resources, lowering waste and environmental impact. Bukalapak follows circular economy principles, focusing on waste reduction, reuse, and recycling.



Bukalapak telah menyusun beragam program holistik berbasis prinsip ekonomi sirkular untuk memberdayakan UMKM dan berkontribusi secara substantif terhadap perlindungan lingkungan.

Bukalapak has developed a comprehensive programme based on circular economy principles to empower MSMEs while also making a significant contribution to environmental protection.

Dalam pelaksanaannya, Bukalapak secara aktif melibatkan UMKM dan masyarakat dalam kegiatan ekonomi sirkular. Kami berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk menyelenggarakan kegiatan *best practice sustainability sourcing* dan pengumpulan sampah untuk diolah menjadi produk bernilai tambah. Pertama, Bukalapak berkolaborasi dengan Yayasan Bakti Barito dan Yayasan Adab Utama Naraloka dalam menyelenggarakan rangkaian pelatihan mengenai pemilihan, pengelolaan, dan daur ulang sampah organik dan anorganik untuk para Mitra Bukalapak serta menyediakan fasilitas pengolahan kompos dan penjemputan sampah anorganik oleh para *off taker* di area warung Mitra Bukalapak. Pelatihan juga dilakukan untuk memberikan nilai tambah bagi sampah organik dan anorganik menjadi barang-barang yang dapat dimanfaatkan kembali seperti pakan ternak, pupuk organik untuk sampah organik, dan berbagai benda daur ulang hasil pengolahan sampah anorganik. Pada tahap awal, kerja sama ini akan menasar ke Mitra Bukalapak yang berada di Garut dan Tasikmalaya. Para Mitra Bukalapak juga secara rutin berdialog dan mendapatkan edukasi dengan para mentor, sehingga dua orang Mitra Bukalapak secara rutin menjadi pengajar di masyarakat sekitar mengenai pengolahan sampah.

Bukalapak juga menyelenggarakan pelatihan praktik ramah lingkungan untuk UMKM melalui seri webinar “Cermat Hemat.” Seri webinar ini bertujuan untuk membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengurangi limbah dengan cara mendaur ulang menjadi produk yang dapat dipasarkan. Seri webinar ini mencakup lokakarya dan sesi pendampingan pasca acara untuk memastikan implementasi praktik berkelanjutan yang efektif, seperti mengubah sampah plastik menjadi produk komersial yang mudah dijual seperti dompet, tempat pensil, dan tas, atau mengubah sampah organik menjadi produk pembersih berbasis *eco-enzyme*.

In its implementation, Bukalapak actively involves MSMEs and communities in circular economy activities. We collaborate with various parties to organise best practices in sustainability sourcing and waste collection, which are then processed into value-added products. First, Bukalapak worked with the Bakti Barito Foundation and the Adab Utama Naraloka Foundation to organise a series of training sessions on the selection, management, and recycling of organic and inorganic waste for Mitra Bukalapak, as well as compost processing facilities and inorganic waste pick-up by off takers in the Mitra Bukalapak stall area. There was also training to convert organic and inorganic waste into reusable items such as animal feed, organic fertiliser for organic waste, and various recycled objects from inorganic waste processing. This collaboration initially focused on Mitra Bukalapak in Garut and Tasikmalaya. Mitra Bukalapak also engaged in regular dialogue and received mentorship, with two of them becoming waste management mentors in the surrounding community.

Bukalapak also provided MSMEs with environmentally friendly practice training through the webinar series “Cermat Hemat.” The webinar series aimed to provide MSMEs with the knowledge and skills necessary to reduce waste by recycling it into marketable products. To ensure effective implementation of sustainable practices, the webinar series included workshops and post-event mentoring sessions, such as converting plastic waste into easy-to-sell commercial products like wallets, pencil cases, and bags, or converting organic waste into *eco-enzyme*-based cleaning products.

Di samping itu, Bukalapak juga berkolaborasi dengan PlasticPay melalui sebuah inisiatif untuk mendorong Mitra Bukalapak, pelanggan, dan masyarakat umum untuk melakukan daur ulang sampah botol plastik dengan cara menukarkan sampah plastik menjadi poin melalui *drop box* yang ditempatkan di Mitra Bukalapak. Selanjutnya, masyarakat dapat menggunakan poin yang terkumpul untuk berbelanja di toko Mitra Bukalapak. Selama periode kerja sama, Bukalapak berkontribusi dalam mengurangi jejak karbon hingga 2,3 ton CO₂-eq dan mengumpulkan 623,9 kg sampah botol atau setara dengan 33,361 botol plastik dalam waktu satu tahun. Sampah plastik yang terkumpul akan didaur ulang dan diubah menjadi serat, benang, dan kain poliester daur ulang. Hasil akhirnya berupa serat dan kain ramah lingkungan yang dapat digunakan untuk bantal, boneka, sprei, karpet, dan produk-produk lain.

Upaya Bukalapak untuk mempromosikan praktik berkelanjutan juga dilakukan melalui kolaborasi dengan WWF Indonesia. Kerja sama ini berfokus pada penerapan metode terbaik dalam pengadaan barang dan jasa yang berkelanjutan serta dalam upaya mengurangi limbah. WWF Indonesia memainkan peran penting dalam memberikan pelatihan dan edukasi kepada para pelaku UMKM. Tujuannya adalah untuk memberdayakan mereka dalam mengembangkan bisnis yang lebih berfokus pada produk-produk berkelanjutan.

Sebagai bagian dari kolaborasi ini, Bukalapak menyelenggarakan webinar khusus untuk WWF Community Sellers. Webinar ini tidak hanya memberikan wawasan tentang *e-commerce* dan strategi pemasaran yang efektif, tetapi juga mengeksplorasi aspek keamanan digital. Dalam sesi ini, tim pemasaran Bukalapak membagikan pengetahuan dan strategi mereka tentang cara memasarkan produk berkelanjutan dengan efektif.

Di samping itu, Bukalapak melalui TechGem mengoperasikan sebuah platform *re-commerce*, terutama dalam sektor elektronik konsumen, yang memberikan kontribusi besar dengan memungkinkan pembelian dan penjualan kembali produk elektronik bekas. Inisiatif ini tidak hanya memberikan akses terjangkau untuk produk berkualitas, tetapi juga mengurangi limbah elektronik dan emisi karbon.

Furthermore, Bukalapak collaborated with PlasticPay on an initiative to encourage Mitra Bukalapak, customers, and the general public to recycle plastic bottle waste by exchanging plastic waste for points via drop boxes located at Mitra Bukalapak. Furthermore, people can use their points to shop at Mitra Bukalapak stores. During the cooperation period, Bukalapak helped to reduce the carbon footprint by up to 2.3 tonnes CO₂-eq and collected 623.9 kg of bottle waste, which is equivalent to 33,361 plastic bottles in one year. The collected plastic waste will be recycled and turned into recycled polyester fibre, yarn, and fabric. The end result is eco-friendly fibres and fabrics suitable for pillows, dolls, sheets, carpets, and other products.

Bukalapak's efforts to promote sustainable practices were also done through its collaboration with WWF Indonesia. This collaboration focused on implementing best practices for sustainable procurement of goods and services, as well as efforts to reduce waste. WWF Indonesia contributed significantly to this initiative by providing training and education to MSME players. The goal is to empower them to create businesses that are more focused on sustainable products.

As part of this collaboration, Bukalapak hosted a special webinar for WWF Community Sellers. The webinar covered not only e-commerce and effective marketing strategies, but also various aspects of digital security. In this session, the Bukalapak marketing team shared their knowledge and strategies for effectively marketing sustainable products.

Furthermore, Bukalapak, through TechGem, operates a re-commerce platform, primarily in the consumer electronics sector, which contributes significantly by allowing the purchase and resale of used electronic products. This initiative not only ensures affordable access to high-quality products, but it also reduces e-waste and carbon emissions.

Sementara di tingkat internal, Bukalapak telah menerapkan kebijakan penggunaan tumbler bagi karyawan sebagai komitmen pengurangan penggunaan kemasan plastik sekali pakai. Fasilitas pengelolaan sampah internal mencakup pemilahan organik dan non-organik, dengan disposisi oleh pihak ketiga di Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Internally, Bukalapak has implemented a policy encouraging its employees to use reusable water bottles as part of its commitment to reducing the use of single-use plastic packaging. Internal waste management then facilities separate organic and non-organic waste, which is then disposed of by a third party at a landfill.

Keanekaragaman Hayati [F.9] [F.10]

Sebagai sebuah perusahaan *e-commerce*, kegiatan operasional maupun wilayah operasional Perseroan tidak memiliki dampak langsung terhadap keanekaragaman hayati. Meskipun begitu, Bukalapak berkomitmen untuk menjalankan operasionalnya dengan meminimalkan dampak terhadap lingkungan sekitar dan mendukung kegiatan yang melindungi lingkungan hidup dan konservasi sumber daya alam.

Salah satu program yang dilakukan Perseroan di tahun 2023 bekerja sama dengan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk adalah program Akar Kebaikan bersama Bukalapak. Dalam program ini, karyawan Bukalapak

Biodiversity [F.9] [F.10]

As an *e-commerce* company, the Company's operational activities and operational areas have no direct impact on biodiversity. Nevertheless, Bukalapak is dedicated to conducting its operations in a manner that reduces the impact on the surrounding environment and promotes initiatives that protect the environment and conserve natural resources.

One of the programmes implemented by the Company in 2023 in collaboration with PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk was the Akar Kebaikan programme with Bukalapak. During this programme,



melakukan penanaman 1.000 bibit pohon multiguna di wilayah Bogor, Jawa Barat. Tidak hanya melakukan penanaman dan pemeliharaan pohon selama tiga tahun, ke depannya Bukalapak juga akan memberikan edukasi dan pendampingan kepada Komunitas Tani Hutan binaan BNI di kawasan tersebut sekaligus memberikan akses pasar yang lebih luas untuk mereka meningkatkan taraf hidup mereka.

Bukalapak employees planted 1,000 multipurpose tree seedlings in Bogor, West Java. Bukalapak aims to improve the standard of living for the BNI-assisted Forest Farmer Community in the area by planting and maintaining trees for three years, as well as providing education and market access.

Air dan Limbah [F.8] [F.13] [F.14]

Air merupakan salah satu komponen vital dalam operasional sehari-hari Perseroan, digunakan untuk berbagai keperluan domestik karyawan seperti minum, kebersihan, sanitasi, dan wudhu. Karena bisnis inti Perseroan tidak memerlukan air dalam jumlah besar, pasokan air untuk operasional diperoleh dari pemilik gedung kantor pusat Bukalapak. Saat ini, penggunaan air belum dihitung secara terpisah, tetapi Perseroan tetap berkomitmen pada penghematan air, seperti dalam penggunaan air minum. Sebanyak 95% dari total air minum yang digunakan berasal dari pemurnian air PDAM menggunakan teknologi *reverse osmosis*.

Selain pengelolaan air yang efisien, Perseroan juga mengakui pentingnya mengurangi penggunaan kertas untuk menjaga keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, Bukalapak menerapkan kebijakan *paperless office* dengan memanfaatkan aplikasi digital untuk berbagai keperluan administrasi, absensi, dan operasional lainnya. Inisiatif pengolahan limbah kertas juga terlihat dalam penyerahan limbah kertas kepada pihak ketiga untuk didaur ulang. Volume penggunaan kertas pada tahun 2023 mencapai 295 rim, meningkat dibandingkan penggunaan kertas pada tahun 2022 sebanyak 232 rim.

Penggunaan Energi

Pengurangan emisi memiliki arti penting bagi Bukalapak, sejalan dengan komitmen Indonesia dalam *Nationally Determined Contribution* ("NDC"), sebuah landasan untuk transisi Indonesia ke masa depan yang rendah emisi dan berketahanan iklim dengan tujuan mencegah kenaikan temperatur global. Bukalapak, sebagai pemain dalam sektor *e-commerce* yang tumbuh pesat, mengakui pentingnya upaya mengurangi emisi gas rumah kaca ("GRK").

Sejak tahun 2020, Bukalapak telah secara bertahap melakukan pencatatan penggunaan energi dan perhitungan emisi GRK sebagai langkah awal untuk mengurangi jejak karbon di rantai pasok, menciptakan pertumbuhan yang ramah lingkungan, dan berkontribusi pada pengurangan emisi nasional.

Water and Waste [F.8] [F.13] [F.14]

Water is an essential component of the company's daily operations, used for a variety of employee domestic purposes such as drinking, hygiene, sanitation, and ablutions. As the Company's core business does not require large amounts of water, water supply for operations is obtained from the owner of Bukalapak's head office building. Water usage is currently not calculated separately, but the Company remains committed to water conservation, such as the use of drinking water. Water purification by Local Government-Owned Water Utility ("PDAM") using reverse osmosis technology accounts for up to 95% of total drinking water consumption.

In addition to efficient water management, the Company understands the importance of reducing paper consumption in order to maintain environmental sustainability. As a result, Bukalapak has implemented a paperless office policy, relying on digital applications for administrative, attendance, and other operational purposes. Paper waste management initiatives include delivering paper waste to third-party recycling facilities. In 2023, the volume of paper usage reached 295 reams, up from 232 reams the previous year.

Energy Consumption

Emission reduction is important for Bukalapak, in line with Indonesia's commitment in the *Nationally Determined Contribution* ("NDC"), which serves as the foundation for Indonesia's transition to a low-emission and climate-resilient future with the goal of preventing global temperature rise. Bukalapak, a player in the rapidly expanding *e-commerce* sector, understands the importance of lowering greenhouse gas ("GHG") emissions.

Since 2020, Bukalapak has gradually recorded energy consumption and calculated GHG emissions as a first step towards reducing the carbon footprint in the supply chain, promoting environmentally friendly growth, and contributing to national emission reduction.

Secara umum, penggunaan energi untuk kegiatan operasional Bukalapak berdasarkan jenis energi adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan energi listrik untuk kantor pusat dan kantor operasional.
- b. Penggunaan bensin untuk kendaraan operasional.

Perhitungan energi pada laporan keberlanjutan ini mencakup penggunaan listrik pada kantor pusat Bukalapak serta kantor operasional di Bandung.

Perhitungan emisi dilakukan berdasarkan faktor emisi di tiap wilayah fasilitas Bukalapak, terutama terkait perhitungan emisi dari penggunaan listrik.

Pada tahun 2023, pemakaian energi listrik mencapai 796.934,40 kWh dan penggunaan BBM mencapai 7.067 liter. Sementara itu, emisi GRK yang dihasilkan oleh Perseroan mencapai 709.478,40 kg CO2-eq. Perhitungan emisi untuk cakupan 1 dilakukan dengan cara menghitung konsumsi bahan bakar minyak ("BBM") untuk kegiatan operasional serta konsumsi energi oleh fasilitas Bukalapak untuk cakupan 2.

Berikut ini adalah tabel penggunaan energi serta emisi yang dihasilkan oleh Bukalapak selama tiga tahun terakhir:

In general, energy consumption for Bukalapak's operational activities by energy type is as follows:

- a. Electricity for head office and operational offices.
- b. Gasoline for operational vehicles.

The energy calculation in this sustainability report covers electricity consumption at Bukalapak's head office as well as operational offices in Bandung.

Emission calculations are based on emission factors specific to each Bukalapak facility area, particularly for the calculation of emissions from electricity consumption.

In 2023, electricity consumption reached 796,934.40 kWh, while fuel consumption reached 7,067 litres. Meanwhile, the Company's GHG emissions totaled 709,478.40 kg CO2-eq. The emission calculation for scope 1 is based on the fuel consumption for operational activities and the energy consumption by Bukalapak facilities for scope 2.

The following table shows Bukalapak's energy consumption and emissions over the last three years:

Konsumsi Energi [F.6]

Energy Consumption [F.6]

Pemakaian Bahan Bakar Minyak | Fuel Consumption

Jenis Energi Energy Type	Satuan Unit	2023	2022	2021
Bensin	Liter	7.067	12.091	10.773
	GJ	0.025	0.044	0.039



Jumlah Pemakaian Bahan Bakar Minyak Tahun 2023
Total Fuel Consumption in 2023

7.067 liter
0.025 GJ

Pemakaian Listrik | Electricity Consumption

Jenis Energi Energy Type	Satuan Unit	2023	2022	2021
Listrik dari PLN Electricity from PLN	kWh	796.934,40	685.587,67	439.814,83
	GJ	2.868,96	2.468,12	1.5833,33



Jumlah Pemakaian Listrik dari PLN Tahun 2023

Total Electricity from PLN Consumption in 2023

796.934,40 kWh
2.868,96 GJ

Emisi yang Dihasilkan | Generated Emissions [F.11]

Sumber Energi Energy Source	Satuan Unit	2023	2022	2021
Cakupan 1 (BBM) Scope 1 (Fuel)	Kg CO2-eq	16.145,47	27.646,92	24.633,22
Cakupan 2 (Listrik) Scope 2 (Electricity)	Kg CO2-eq	693.332,93	596.461,27	382.638,90
Total	Kg CO2-eq	709.478,40	624.108,19	407.272,12



Jumlah Emisi yang Dihasilkan Tahun 2023

Total Generated Emissions in 2023

709.478,40
Kg CO2-eq

Catatan | Note:

1. Satu liter bensin = 0,0036 gigajoule berdasarkan perhitungan Energy Information Administration ("EIA") Amerika Serikat.
2. Penghitungan emisi GRK dari energi listrik di wilayah Indonesia menggunakan nilai faktor emisi ex-ante yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Kelistrikan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral ("DJK-ESDM") pada tahun 2019.
3. Penghitungan emisi bahan bakar minyak (BBM) menggunakan nilai faktor emisi yang diterbitkan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Energi dan Sumber Daya Mineral pada tahun 2021.
4. Terdapat penyajian kembali informasi atas nilai energi dan emisi untuk tahun 2022 dan 2021 akibat penyesuaian cakupan fasilitas Perseroan yang menjadi basis perhitungan.
1. One liter of gasoline = 0.0036 gigajoules based on US Energy Information Administration ("EIA") calculations.
2. The calculation of GHG emissions from electricity in the Indonesian region uses ex-ante emission factor values published by the Directorate General of Electricity of the Ministry of Energy and Mineral Resources ("DJK-ESDM") in 2019.
3. Emission calculations for fuel oil are based on emission factors value published by the Energy and Mineral Resources Research and Development Agency in 2021.
4. There is a restatement of information on the results of energy and emission calculations for 2022 and 2021 due to adjustments in the scope of the Company's facilities which were used as the basis of calculation.

Upaya Pengurangan Energi dan Emisi

[F.7] [F.12]

Mengingat emisi GRK dan jejak karbon yang dihasilkan oleh Perseroan mengikuti tren konsumsi energi, maka langkah strategis yang dilakukan oleh Perseroan untuk mengurangi emisi adalah dengan menerapkan berbagai inisiatif penghematan energi.

Pada tahun 2023, Perseroan telah mengimplementasikan berbagai inisiatif penghematan energi, termasuk penerapan kebijakan mematikan lampu dan piranti elektronik yang tidak digunakan, penggantian lampu konvensional dengan lampu hemat energi (LED), peningkatan panel kaca di perkantoran untuk optimalisasi sinar matahari sebagai sumber cahaya di siang hari, fasilitas bagi pesepeda, pengaturan jam operasional kantor untuk mengurangi konsumsi listrik, dan pengurangan penggunaan kendaraan operasional.

Pada aspek efisiensi BBM, Perseroan mengadopsi kebijakan pengurangan perjalanan dinas, pemeliharaan rutin kendaraan operasional, dan pembatasan usia pakai kendaraan operasional hingga dua tahun. Penurunan penggunaan bahan bakar minyak (BBM) terjadi karena adanya dorongan untuk lebih memprioritaskan penggunaan transportasi umum atau massal daripada kendaraan pribadi, serta penggunaan layanan shuttle yang disediakan oleh perusahaan. Hal ini mencerminkan perubahan preferensi menuju alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan dan efisien. [F.4]

Pada tahun 2023, Perseroan tidak mencatat adanya pengaduan lingkungan dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Perseroan juga tidak terlibat dalam pelanggaran hukum yang terkait isu sosial dan lingkungan. [F.16]

Energy and Emission Reduction Efforts

[F.7] [F.12]

Given that the Company's GHG emissions and carbon footprint are proportional to its energy consumption, the Company's strategic step to reduce emissions is to implement various energy-saving initiatives.

By 2023, the Company has implemented various energy saving initiatives, including implementing a policy to power down lights and electronic devices when not in use, replacing traditional lights with energy-efficient LED lamps, maximising natural sunlight as a daytime light source by increasing the number of glass panels in offices, providing facilities for cyclists, adjusting office operating hours to minimise electricity usage, and reducing the use of operational vehicles.

In terms of fuel efficiency, the Company implements a policy that includes reducing official travel, conducting regular maintenance on operational vehicles, and limiting the age of operational vehicles to two years. The reduction in fossil fuel (BBM) consumption is propelled by a shift towards prioritizing public or mass transportation over private vehicles, complemented by the adoption of shuttle services provided by the company. This indicates an increasing preference for alternative transportation methods that are environmentally friendly and efficient. [F.4]

In 2023, the Company reported zero instances of environmental complaints from the public and other stakeholders. The Company was also not involved in any legal violations related to social and environmental issues. [F.16]

Pengembangan Sumber Daya Manusia ^[F.1]

Human Resources Development ^[F.1]

Di Bukalapak, Sumber Daya Manusia (“SDM”) diakui sebagai aset Perseroan yang paling berharga, yang menjadi dasar bagi Perseroan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan menghadapi kompleksitas lanskap bisnis yang dinamis saat ini. Keyakinan akan peran penting dari SDM yang kompeten dan berkualitas mendasari komitmen kami terhadap manajemen SDM dan pengembangan karyawan sebagai prioritas utama.

At Bukalapak, Human Resources (“HR”) is recognized as the Company’s most invaluable asset, fundamental to its ability to achieve sustainable growth and adeptly navigate the complexities of today’s dynamic business landscape. This belief in the pivotal role of competent and qualified personnel underpins our commitment to HR management and employee development as a top priority.





Bukalapak mengakui peran penting SDM dalam operasi bisnisnya dan berupaya untuk menerapkan praktik ketenagakerjaan yang terbaik. Dengan memastikan kesetaraan, memberikan kesempatan yang sama, dan melindungi hak-hak karyawan, Bukalapak bertujuan untuk membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dan tenaga kerjanya. Pendekatan ini sangat penting untuk mendorong pertumbuhan Bukalapak dan memastikan keberlanjutan jangka panjangnya.

Bukalapak acknowledges the pivotal role of HR in its business operations and endeavours to implement commendable employment practices. By ensuring equality, providing equal opportunities, and safeguarding employee rights, Bukalapak aims to foster a harmonious relationship between the company and its workforce. This approach is essential for driving Bukalapak's growth and ensuring its long-term sustainability.

Kesempatan Kerja yang Setara [F.18]

Bukalapak berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif serta menjadikan kesempatan kerja yang setara sebagai nilai inti dari praktik ketenagakerjaannya. Kami berdedikasi untuk memberikan kesempatan yang sama bagi semua warga negara Indonesia, tanpa membedakan ras, agama, jenis kelamin, usia, orientasi seksual, disabilitas, atau karakteristik lain yang dilindungi hukum. Untuk mewujudkan komitmen kami, Bukalapak mengumpulkan dan mempertimbangkan aspirasi karier setiap individu, menyusun program-program komprehensif yang dirancang untuk mendukung tujuan profesional setiap karyawan.

Equal Employment Opportunity [F.18]

Bukalapak is committed to creating an inclusive work environment and equal employment opportunity is a core value of its hiring practices. We are committed to providing equal opportunities to all Indonesians, regardless of race, religion, gender, age, sexual orientation, disability, or any other legally protected characteristic. To fulfil our commitment, Bukalapak gathers and considers each individual's career aspirations before developing comprehensive programmes to support each employee's professional objectives.



Bukalapak juga menempatkan perhatian khusus pada desain proses operasinya untuk memastikan bahwa perlakuan yang adil dan konsisten diberikan di semua tingkat organisasi.

Bukalapak also places special attention on the design of its operating processes to ensure that fair and consistent treatment is provided at all levels of the organisation.

Keberagaman tenaga kerja Bukalapak dapat dilihat tabel-tabel berikut ini:

The diversity of Bukalapak's workforce can be seen in the following tables:

Demografi Karyawan

Employee Demographic

Komposisi Karyawan Berdasarkan Status Ketenagakerjaan [C.3]

Employee Composition by Employment Status

Status Ketenagakerjaan	2023		Employment Status
	Jumlah Total	Persentase Percentage	
Karyawan Tetap	1.477	96,0%	Permanent Employees
Karyawan Kontrak	41	2,7%	Contract Employees
Lain-lain	20	1,3%	Others
Jumlah	1.538	100,0%	Total

Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan [C.3]

Employee Composition by Educational Level

Tingkat Pendidikan	2023		Educational Level
	Jumlah Total	Persentase Percentage	
Strata 2 dan Strata 3	162	10,5%	Master's and doctoral degree
Strata 1	1.230	80,0%	Bachelor's degree
< Strata 1	146	9,5%	Others
Jumlah	1.538	100,0%	Total

Komposisi Karyawan Berdasarkan Usia [C.3]

Employee Composition by Age

Usia	2023		Age
	Jumlah Total	Persentase Percentage	
≥ 46 tahun	146	9,5%	≥ 46 years old
31 – 45 tahun	1.230	80,0%	31 – 45 years old
≤ 30 tahun	162	10,5%	≤ 30 years old
Jumlah	1.538	100,0%	Total

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin [C.3]

Employee Composition by Gender

Jenis Kelamin	2023		Gender
	Jumlah Total	Persentase Percentage	
Laki-laki	923	60,0%	Male
Perempuan	615	40,0%	Female
Jumlah	1.538	100,0%	Total

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jabatan [C.3]

Employee Composition by Position

Jabatan	2023		Position
	Jumlah Total	Persentase Percentage	
Manajemen Senior	69	4,5%	Senior Management
Manajemen Madya	423	27,5%	Middle Management
Staf	1.046	68,0%	Staff
Jumlah	1.538	100,0%	Total

Manajemen Talenta (Acquiring Talent)

Bukalapak menyediakan praktik ketenagakerjaan yang berkualitas tinggi melalui sebuah sistem yang komprehensif dan terstruktur yang dinamakan 'A to E'. Sistem ini mencakup berbagai tahapan mulai dari *Acquiring Talent* (Akuisisi Talenta), *Building It* (Peningkatan Kompetensi), *Cultivate Performance* (Peningkatan Kinerja), *Drive Evaluations* (Pelaksanaan Evaluasi), hingga *Engage in Creating a Culture* (Internalisasi Budaya) yang semuanya dijalankan dengan mengutamakan nilai-nilai inti Bukalapak. Melalui pendekatan ini, kami berupaya untuk membangun hubungan yang harmonis di tempat kerja, sebagai bagian dari komitmen kami untuk menciptakan perusahaan yang berkelanjutan.

Sebagai perusahaan yang mengutamakan kesetaraan bagi semua kandidat, dalam proses perekrutan talenta eksternal Bukalapak menilai semua pelamar berdasarkan keunggulan dan kualifikasi mereka untuk setiap posisi. Untuk mengurangi bias, komposisi tim pewawancara dirancang agar memiliki setidaknya satu pewawancara perempuan dan satu pemangku kepentingan dari fungsi lain. Hal ini dilakukan untuk memastikan perspektif yang menyeluruh selama wawancara. Selain itu, dengan melibatkan minimal tiga pewawancara di luar tim rekrutmen dan

Talent Management (Acquiring Talent)

Bukalapak provides high-quality employment practices through a comprehensive and structured system known as 'A to E'. This system consists of several stages, including *Acquiring Talent*, *Building it*, *Cultivate Performance*, *Drive Evaluations*, to *Engage in Creating a Culture*, all of which are guided by Bukalapak's core values. By adopting this strategy, we strive to establish amicable relationships within the workplace, as a testament to our dedication to fostering a sustainable company.

Bukalapak, as a company that values equality for all candidates, evaluates all applicants for external positions based on their merits and qualifications. To reduce bias, the interview team will include at least one female interviewer and one stakeholder from another function. This is done to ensure a balanced perspective during the interview. Furthermore, by involving at least three interviewers from outside the

mencapai keputusan bulat dari semua pewawancara. Bukalapak memastikan bahwa kandidat terbaik yang dinilai berdasarkan merit dan keterampilan, terpilih untuk posisi tersebut.

Bukalapak juga menempatkan perhatian khusus pada desain proses operasinya untuk memastikan bahwa perlakuan yang adil dan konsisten diberikan di semua tingkat organisasi. Melalui cara ini setiap individu, mulai dari tingkat staf hingga direktur, diperlakukan dengan standar yang sama sehingga memastikan bahwa kesetaraan dapat diwujudkan secara nyata dan terus-menerus diupayakan dalam kegiatan sehari-hari Perseroan.

Di samping itu, Bukalapak juga menjalankan beberapa program perekrutan secara internal maupun eksternal untuk memastikan tersedia peluang pertumbuhan dan pengembangan karier yang setara bagi semua karyawan.

1. Career Mobility Program ("CMP")

CMP adalah platform rekrutmen internal Bukalapak yang memungkinkan karyawan untuk mengeksplorasi berbagai lowongan di dalam perusahaan. Program ini memprioritaskan peluang bagi karyawan untuk mengisi kekosongan posisi, bukan mencari kandidat dari luar. Setiap minggu, lowongan pekerjaan internal disebarkan melalui email ke seluruh karyawan, yang kemudian dapat melamar langsung melalui tautan yang disediakan. Proses rekrutmen diawasi oleh tim Talent Acquisition, termasuk wawancara dengan manajer perekrutan dan manajer dari manajer perekrutan tersebut. Inisiatif ini memungkinkan Bukalapak untuk memenuhi hingga lebih dari 50% kebutuhan staf dari dalam Perseroan.

CMP is Bukalapak's internal recruitment platform, allowing employees to explore various job opportunities within the company. Instead of seeking external candidates, the programme prioritises opportunities for employees to fill vacant positions. Every week, internal job openings are sent out via email to all employees, who can then apply directly through the link provided. The Talent Acquisition team oversees the recruitment process, which includes interviews with hiring managers and their managers. This initiative enables Bukalapak to meet more than 50% of its employee needs from within the Company.

recruitment team and obtaining unanimous approval from all interviewers, Bukalapak ensures that the best candidates are chosen for the position based on merit and skills.

Bukalapak also pays special attention to the design of its operating processes to ensure that fair and consistent treatment is provided at all levels of the organisation. By applying consistent standards to all individuals, regardless of their position within the Company, we ensure that equality is not only achieved but also actively pursued in our day-to-day operations.

Furthermore, Bukalapak runs several internal and external recruitment programs to ensure that all employees have equal opportunities for growth and career development.



2. Product Management Acceleration Program (“PMAP”)

PMAP adalah program pengembangan 12 bulan untuk *fresh graduate* yang ingin memulai karier mereka di bidang manajemen produk. Program ini memberikan keterampilan penting untuk menjadi pemimpin produk generasi berikutnya. Selama program, peserta akan mendapatkan pengalaman praktis bersama tim produk Bukalapak. Program ini dirancang khusus untuk memastikan pertumbuhan personal dan profesional berkelanjutan setiap peserta. Sesi pelatihan dan mentoring dilakukan langsung dengan tim manajemen senior Bukalapak. Dalam dua tahun terakhir, telah dilakukan empat *batch* program dengan lebih dari 12.000 pelamar untuk setiap *batch*. Hanya pelamar terpilih dari universitas ternama nasional dan internasional dengan prestasi akademik luar biasa yang dipilih. Setelah itu, mereka harus melewati proses seleksi intensif yang dipimpin oleh pemimpin produk Bukalapak, termasuk menyelesaikan kasus produk dan bisnis untuk menilai keterampilan teknis dan kemampuan kritis dalam memecahkan masalah.

PMAP is a 12-month development programme for recent graduates seeking to begin their careers in product management. The programme teaches the necessary skills to become the next generation of product leaders. During the programme, participants will gain hands-on experience with Bukalapak’s product team. The programme is specifically designed to ensure each participant’s ongoing personal and professional development. Bukalapak’s senior management team is directly involved in training and mentoring sessions. Over the last two years, four batches of the programme have been held, with over 12,000 applicants in each batch. Only applicants from nationally and internationally renowned universities with outstanding academic records are considered. Following that, they must go through a rigorous selection process led by Bukalapak product leaders, which includes solving product and business cases to assess their technical skills and critical problem-solving capabilities.

Komitmen Tidak Mempekerjakan Anak dan Pekerja Paksa [F.19]

Bukalapak memiliki komitmen kuat terhadap praktik ketenagakerjaan yang etis dan bertanggung jawab, khususnya dalam hal usia dan kondisi kerja karyawannya. Perseroan mematuhi secara ketat peraturan ketenagakerjaan di Indonesia, termasuk usia minimum untuk perekrutan karyawan.

Selanjutnya, Bukalapak memiliki kebijakan yang tegas terhadap larangan mempekerjakan anak. Hal ini secara eksplisit tercantum dalam Pasal 8 Peraturan Perusahaan Bukalapak, yang menetapkan persyaratan umum bagi calon pekerja. Persyaratan ini mencakup ketentuan bahwa calon pekerja harus merupakan Warga Negara Indonesia atau Warga Negara Asing yang memenuhi persyaratan perundang-undangan yang berlaku, dan harus berusia minimal 18 tahun pada saat penerimaan. Selain itu, calon pekerja juga harus memenuhi persyaratan jabatan yang ditentukan.

Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi (*Building It*) [F.22]

Bukalapak memiliki sebuah kebijakan strategis yang berfokus pada pembelajaran dan pengembangan karyawan kami. Kebijakan ini dirancang untuk

Commitment to No Child Labour and Forced Labour [F.19]

Bukalapak is strongly committed to ethical and responsible labour practices, particularly in terms of employee age and working conditions. The Company strictly follows Indonesian labour regulations, including the minimum age for employee recruitment.

Furthermore, Bukalapak has a stringent policy against child labour. This is explicitly stated in Article 8 of Bukalapak’s Company Regulations, which outline the general requirements for prospective employees. These requirements include the requirement that prospective workers be Indonesian or foreign citizens who meet the requirements of the applicable laws and be at least 18 years old at the time of recruitment. In addition, prospective employees must meet the requirements of the specified position.

Training and Competency Development (*Building It*) [F.22]

Bukalapak has a strategic policy that focuses on the learning and development of our employees. This policy is intended to support and fulfil each Bukalapak

mendukung dan memenuhi aspirasi unik setiap anggota Bukalapak Squad, dengan menawarkan jalur pengembangan yang disesuaikan khusus untuk mereka. Tujuan utama dari kebijakan ini adalah untuk memberdayakan karyawan, memastikan bahwa pertumbuhan profesional mereka berjalan seiring dengan ambisi pribadi mereka.

Dengan pendekatan yang terarah, program pembelajaran di Bukalapak tidak sekadar berupa meningkatkan keterampilan dan kompetensi karyawan, tetapi juga membangun komunitas yang termotivasi dan saling terlibat. Hal ini bertujuan untuk membantu menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan kondusif, di mana setiap anggota tim merasa didukung untuk berkembang dan berkontribusi. Dengan demikian, Bukalapak berupaya untuk tidak hanya mencapai kesuksesan dari sisi bisnis, tetapi juga memastikan ketahanan dan pertumbuhan berkelanjutan baik bagi karyawan maupun Perseroan secara keseluruhan. Beberapa program pembelajaran unggulan yang dilaksanakan oleh Bukalapak di tahun 2023, adalah:

Squad member's unique aspirations by providing a development path that is tailored specifically to them. The main goal of this policy is to empower employees by ensuring that their professional development coincides with their personal goals.

With this targeted approach, Bukalapak's learning programmes extend beyond enhancing employees' skills and competencies to fostering a motivated and engaged community. The objective is to establish a dynamic and favourable work environment, where each team member feels encouraged to develop and make valuable contributions. Thus, Bukalapak endeavours to not only achieve success from the business side, but also ensure resilience and sustainable growth for both employees and the Company as a whole. Some of the main educational programmes implemented by Bukalapak in 2023 were:

1. LeaderShift: A Learning Journey for People Managers



Program ini ditujukan bagi para karyawan yang baru memasuki tingkat manajerial. Fokus utamanya adalah pada pengembangan kepemimpinan, tidak hanya untuk jajaran manajer senior tetapi juga bagi manajer *frontline*. Proses seleksi dilakukan berdasarkan merit, dengan prioritas pada individu yang menunjukkan komitmen tinggi terhadap pembelajaran berkelanjutan. Program ini juga termasuk Super LeaderSHIFT, perjalanan intensif selama beberapa bulan yang diawali dengan bootcamp selama tiga hari. Program ini telah dijalankan sebanyak dua volume, mencakup 11 *batch* untuk volume pertama dan empat *batch* untuk volume kedua, termasuk untuk para pemimpin senior dan internasional. Dua pertiga dari seluruh pemimpin di Bukalapak, termasuk manajer *frontline*, menengah, dan senior, telah mengikuti program ini.

This programme is aimed at employees who are new to the managerial level. The primary focus is on leadership development, both for senior and frontline managers. The selection process is merit-based, with individuals who demonstrate a strong commitment to continuous learning receiving preference. The programme also includes Super LeaderSHIFT, an intensive multi-month journey that begins with a three-day bootcamp. The programme was run in two volumes, with 11 batches in the first volume and four batches in the second volume, which included senior and international leaders. Two-thirds of Bukalapak's leaders, including frontline, middle, and senior managers, have participated in the programme.

2. Finance for Non-Finance

Program ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan bagi karyawan di bidang non-keuangan dengan memperkenalkan konsep dasar *Profit & Loss*. Materi yang diberikan dirancang agar mudah dipahami dengan contoh kasus nyata yang menarik. Selama setahun, sekitar 150 peserta telah mengikuti delapan sesi program ini dengan pembicara dari tim *Business Process Analysis* ("BPA") Bukalapak.

This programme aims to fill a knowledge gap for employees in non-financial fields by introducing the fundamental concepts of profit and loss. The material is written in an understandable manner and includes interesting real-life examples. Over the course of the year, approximately 150 participants attended eight sessions of this programme, which featured speakers from Bukalapak's Business Process Analysis ("BPA") team.

3. BukaMentor

Sebagai platform yang memfasilitasi keterlibatan langsung antara karyawan dan pemimpin senior, BukaMentor bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan peluang yang diperlukan untuk pengembangan diri. Platform ini memungkinkan pembelajaran langsung dari pemimpin senior, memberi kesempatan bagi *mentee* untuk belajar dari pengalaman dan wawasan para mentor. Program ini mencakup 12 mentor yang berkolaborasi dengan sekitar 30 *mentee* dari berbagai fungsi, menunjukkan komitmen Bukalapak terhadap inklusivitas dan keyakinan bahwa *mentorship* dapat diakses di semua level dan peran dalam organisasi.

As a platform that facilitates direct engagement between employees and senior leaders, BukaMentor aims to provide the knowledge and opportunities required for self-development. The platform allows mentees to learn directly from senior leaders, benefiting from their mentors' experiences and insights. The programme includes 12 mentors who work with approximately 30 mentees from various functions, demonstrating Bukalapak's commitment to inclusivity and belief that mentorship is available at all levels and roles within the organisation.

4. Individual Development Program ("IDP")

IDP merupakan pilar penting dalam perjalanan karier karyawan, menyediakan platform bagi para karyawan untuk mengungkapkan tujuan dan aspirasi karier mereka. Melalui IDP, karyawan diberi kesempatan untuk berbagi ambisi profesional mereka sehingga memberikan kesempatan bagi Bukalapak untuk menyesuaikan inisiatif pengembangan agar sesuai dengan kebutuhan unik mereka. Pendekatan personalisasi ini tidak hanya memberdayakan individu dalam membentuk jalur karier mereka, tetapi juga menyesuaikan aspirasi mereka dengan tujuan strategis organisasi.

The IDP is an important pillar in an employee's career journey, providing a platform for them to express their career goals and aspirations. The IDP allows employees to share their professional goals, allowing Bukalapak to tailor development initiatives to their specific needs. This personalised approach not only empowers individuals to shape their own career paths, but it also aligns their goals with the organisation's strategic objectives.

Sepanjang tahun 2023, Bukalapak telah menyelenggarakan pelatihan untuk 726 karyawan, dimana setiap karyawan rata-rata mengikuti 144 jam pelatihan selama tahun tersebut. Dari sisi demografi, pelatihan diikuti oleh 420 karyawan laki-laki dan 306 karyawan perempuan. Sementara dari sisi tingkat jabatan, terdapat 39 karyawan dari manajemen senior, 587 karyawan dari manajemen madya, dan 100 karyawan staf yang mengikuti pelatihan.

In 2023, Bukalapak organized training for 726 employees, with each employee receiving an average of 144 hours of training per year. In terms of demographics, 420 male and 306 female employees attended the training. In terms of position level, participants in the training included 39 senior management employees, 587 middle management employees, and 100 staff employees.

Pelatihan Karyawan berdasarkan Jam Pelatihan

Employee Training by Training Hours



Jumlah Pekerja yang Memperoleh Pendidikan dan Pelatihan

Number of Employees Receiving Education and Training

726

karyawan | employees



Jam Pelatihan

Training Hours

104.435

jam | hours



Rata-rata Jam Pelatihan Setiap Karyawan

Average Training Hours Per Employee Per Training

8

jam | hours

Pelatihan Karyawan berdasarkan Jenis Kelamin

Employee Training by Gender



Laki-Laki

Male

420

orang | people



Perempuan

Female

306

orang | people



Jumlah

Total

726

orang | people

Pelatihan Karyawan berdasarkan Tingkat Jabatan

Employee Training by Level of Position



Manajemen Senior

Senior Management

39

orang | people



Manajemen Madya

Middle Management

587

orang | people



Staf

Staff

100

orang | people

Manajemen Kinerja (Cultivate Performance)

Bukalapak percaya bahwa fokus yang kuat pada manajemen kinerja sangat penting untuk menumbuhkan budaya yang mengutamakan pemberdayaan dan keunggulan. Melalui kombinasi strategis antara umpan balik, pengakuan, dan strategi pengembangan, kami meletakkan fondasi untuk pertumbuhan jangka panjang karyawan dan perusahaan secara keseluruhan. Sistem manajemen kinerja kami dirancang dengan cermat untuk mencakup semua aspek, memastikan bahwa kami tidak hanya mencapai tujuan bisnis, tetapi juga memberikan dukungan yang memadai bagi pertumbuhan dan perkembangan karyawan kami, baik secara profesional maupun pribadi.

Kami menyadari pentingnya umpan balik dan pengakuan yang berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan berkesinambungan. Manajer di Bukalapak secara aktif melakukan sesi satu lawan satu secara rutin dengan anggota tim mereka untuk membahas kemajuan, tantangan, dan rencana aksi yang diidentifikasi dalam IDP. Dialog kolaboratif ini memastikan bahwa karyawan mendapatkan dukungan dan bimbingan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan mereka.

Selain program-program pembelajaran di atas, Bukalapak juga memiliki tanggung jawab atas pengembangan kinerja karyawan dengan cara melaksanakan proses penilaian kinerja karyawan. Bukalapak mengadopsi sistem umpan balik 360 derajat yang komprehensif yang terdiri dari penilaian diri, umpan balik untuk manajer, umpan balik dari rekan sejawat, dan evaluasi terhadap bawahan. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai kontribusi serta area pengembangan setiap individu.

Untuk memastikan keadilan dan mengeliminasi bias dalam penilaian kinerja, Bukalapak menerapkan proses kalibrasi kinerja sebagai elemen penting. Proses ini mencakup peninjauan dan penyesuaian peringkat kinerja secara sistematis di seluruh Perseroan, demi menjaga keseragaman dan keadilan.

Dengan mengintegrasikan program pembelajaran, penilaian kinerja, berbagai jenis umpan balik, dan kalibrasi kinerja, kami bertujuan untuk menciptakan suasana kerja yang tidak hanya memberi pengakuan

Performance Management (Cultivate Performance)

Bukalapak believes that a strong focus on performance management is essential to fostering a culture of empowerment and excellence. Through a strategic combination of feedback, recognition, and developmental strategies, we lay the foundation for the long-term growth of our employees and the company as a whole. Our performance management system is carefully crafted to cover all aspects, ensuring that we not only achieve our business goals but also provide ample support for the growth and development of our employees, both professionally and personally.

We understand how important continuous feedback and recognition are in promoting long-term growth. Managers at Bukalapak hold regular one-on-one meetings with their team members to discuss progress, challenges, and action plans outlined in the IDP. This collaborative dialogue ensures that employees receive the support and guidance they require to achieve their objectives.

In addition to the aforementioned learning programmes, Bukalapak is responsible for employee performance development through the employee performance appraisal process. Bukalapak uses a 360-degree feedback system that includes self-assessment, feedback to managers, feedback from peers, and evaluation of subordinates. This approach is intended to provide a comprehensive picture of each individual's contribution and development areas.

Bukalapak's performance calibration process is an important component for ensuring fairness and eliminating bias in performance appraisals. This process entails systematically reviewing and adjusting performance ratings across the organisation to ensure uniformity and fairness.

By incorporating learning programmes, performance appraisals, various types of feedback, and performance calibration, we aim to create a work environment that not only recognises individual

terhadap prestasi individu, tetapi juga memfasilitasi perkembangan yang berkesinambungan bagi setiap karyawan. Pendekatan ini diharapkan dapat mendorong peningkatan berkelanjutan dalam kinerja dan kontribusi setiap individu di Bukalapak.

Kesejahteraan Karyawan (Drive Evaluations)

Bukalapak berkomitmen pada prinsip keadilan dan transparansi dalam setiap aspek operasionalnya, termasuk dalam praktik remunerasi karyawan. Bukalapak selalu mematuhi peraturan yang berlaku, dengan menjamin bahwa setiap karyawan mendapatkan upah minimal sesuai dengan standar yang berlaku. Lebih dari itu, Bukalapak juga memberikan penghargaan atas kinerja yang luar biasa melalui proses evaluasi gaji tahunan.

Dalam hal upah minimum, kami menegaskan bahwa remunerasi semua karyawan kami selalu sesuai dengan batas minimum yang ditetapkan oleh Upah Minimum Provinsi ("UMP") dan Upah Minimum Kabupaten/Kota ("UMK"). Hal ini merupakan wujud dari komitmen kami untuk memastikan bahwa semua karyawan menerima kompensasi yang adil.

Setiap tahun, kami melakukan *annual salary review* sebagai bentuk apresiasi dan pengakuan atas kontribusi karyawan. Proses *review* ini dijalankan tidak hanya oleh tim SDM, tetapi juga melibatkan evaluasi yang mendalam oleh para pemimpin fungsional di setiap departemen. Mereka secara aktif menilai pencapaian dan sumbangsih tim mereka, memastikan bahwa penyesuaian gaji mencerminkan kinerja individu secara akurat.

Kami percaya pada pendekatan remunerasi yang adil dan inklusif. Dengan melibatkan pemimpin di berbagai fungsi dalam proses evaluasi, kami memastikan bahwa penilaian terhadap kinerja karyawan dilakukan dari berbagai sudut pandang, menjamin pengakuan yang adil terhadap prestasi luar biasa dan distribusi kenaikan gaji yang merata. Pendekatan ini menunjukkan komitmen Bukalapak dalam memberikan remunerasi yang tidak hanya memenuhi standar regulasi, tetapi juga menghargai dedikasi dan pencapaian karyawan.

achievements but also facilitates continuous development for each employee. This approach is expected to drive continuous improvement in each individual's performance and contribution at Bukalapak.

Employee Welfare (Drive Evaluations)

Bukalapak adheres to the principles of fairness and transparency in all aspects of its operations, including employee compensation practices. Bukalapak always follows the rules by ensuring that every employee receives a minimum wage in accordance with the prevailing standards. Furthermore, Bukalapak recognises outstanding performance through an annual salary review process.

In terms of minimum wage, we affirm that the remuneration of all our employees is always in accordance with the minimum limit set by the Provincial Minimum Wage ("UMP") and Regency/City Minimum Wage ("UMK"). This demonstrates our commitment to ensuring that all employees receive fair compensation.

Every year, we conduct an annual salary review as a form of appreciation and recognition of employee contributions. This review process is carried out not only by the HR team, but also involves in-depth evaluation by functional leaders in each department. They actively assess the achievements and contributions of their teams, ensuring that salary adjustments accurately reflect individual performance.

We believe in a fair and inclusive approach to remuneration. By involving leaders across functions in the evaluation process, we ensure that employee performance is assessed from multiple perspectives, ensuring fair recognition of outstanding achievements and equitable distribution of salary increases. This approach demonstrates Bukalapak's commitment to providing remuneration that not only meets regulatory standards, but also rewards employee dedication and achievement.

Perbandingan Upah Terendah Karyawan Tetap dengan UMP [F.20]

Lowest Level Permanent Employee Wage Compared to UMP [F.20]

Wilayah Operasional Operational Area	Provinsi Province	Imbal Jasa Karyawan Tetap Level Terendah Lowest Level Permanent Employee Wage	UMP/UMK 2023	Rasio (%) Ratio (%)
Kantor Pusat DKI Jakarta DKI Jakarta Head Office	DKI Jakarta	Rp5,011,798	Rp4,901,798	102%
Kantor Operasional Bandung Bandung Operations Office	Jawa Barat West Java	Rp5,087,381	Rp4,048,462	126%

Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman (Engage in Creating a Culture) [F.21]

Lingkungan kerja yang layak dan aman merupakan fondasi penting untuk kesejahteraan dan produktivitas karyawan. Bukalapak memahami bahwa tempat kerja yang kondusif tidak hanya mempengaruhi kinerja dan kepuasan kerja, tetapi juga mempromosikan kesehatan mental dan fisik karyawan. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan inklusif, yang terwujud melalui berbagai inisiatif.

Pertama, kami mendorong keterlibatan aktif karyawan pada tingkat fungsional dan tribe, yang membantu membangun kolaborasi, komunikasi, dan rasa memiliki yang kuat di antara mereka. Sebagai alat bantu, Bukalapak menggunakan aplikasi Slack yang memungkinkan komunikasi terbuka dan transparan. Dengan fitur pesan grup dan saluran, Slack memfasilitasi diskusi kolaboratif sehingga membantu tim untuk bekerja sama secara efektif, berbagi ide, dan memberikan masukan secara *real-time*, meningkatkan transparansi dalam pengambilan keputusan dan alur kerja.

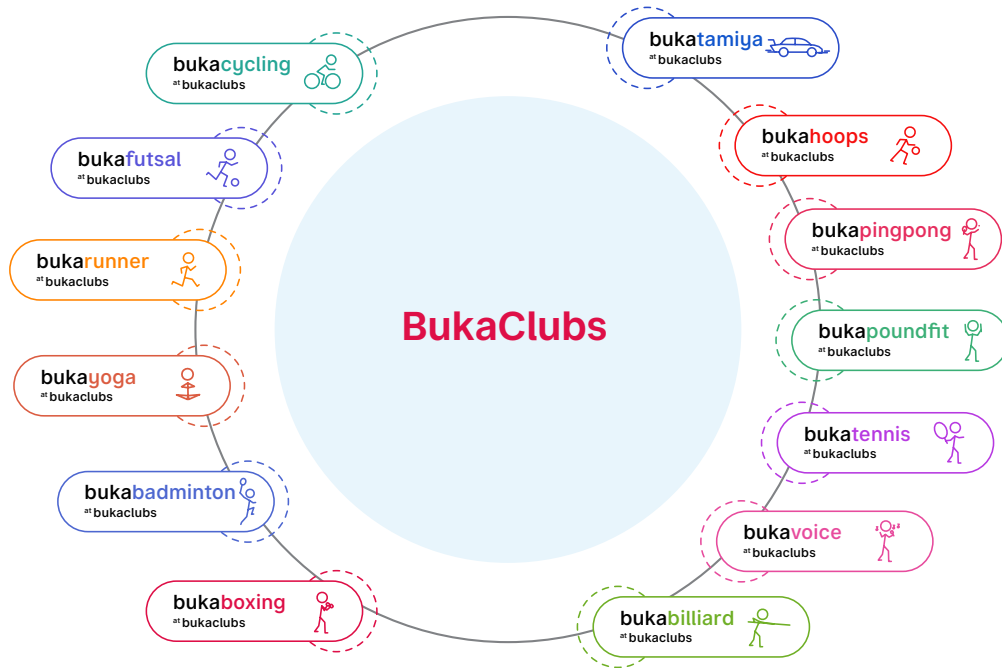
Selanjutnya, kami memastikan bahwa suasana kerja tetap positif dan menggembirakan. Kami melakukan ini dengan berbagi pengumuman dan informasi dengan *tone* yang positif dan optimistik, yang sangat berkontribusi pada penciptaan lingkungan kerja yang menyenangkan dan membangkitkan semangat.

Decent and Safe Working Environment (Engage in Creating a Culture) [F.21]

A decent and safe work environment is essential for employee well-being and productivity. Bukalapak recognises that a positive workplace environment not only improves job performance and satisfaction, but it also promotes employees' mental and physical health. Therefore, we are dedicated to creating a supportive and inclusive work environment, which is accomplished through a variety of initiatives.

For starters, we encourage active engagement of employees at the functional and tribe levels, which fosters collaboration, communication, and a strong sense of belonging among them. Bukalapak uses the Slack application, which allows for open and transparent communication. Slack's group and channel messaging features enable collaborative discussions, allowing teams to work more effectively, share ideas, and provide real-time feedback while increasing transparency in decision-making and workflow.

Furthermore, we ensure that the workplace environment remains positive and uplifting. We do this by sharing announcements and information in a positive and optimistic tone, which helps to create a fun and uplifting work environment.



Kami juga memiliki *Employee Assistance Program* (“EAP”), yang merupakan bagian dari manfaat karyawan kami. EAP dirancang untuk membantu para karyawan dalam meningkatkan *well-being*, menawarkan dukungan dari psikolog terlatih untuk berbagai masalah, baik terkait kerja maupun pribadi, seperti hubungan, pernikahan, pengasuhan anak, dan kesehatan mental.

Sementara itu, untuk meningkatkan keterikatan dan kebahagiaan karyawan sekaligus memperkuat tali persaudaraan di luar lingkungan kerja formal, Bukalapak memiliki sebuah program yang dinamakan BukaClubs. BukaClubs dirancang sebagai wadah bagi karyawan untuk berkumpul berdasarkan minat dan hobi yang sama dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis dan terkoneksi dengan baik. Hingga akhir tahun 2023, Bukalapak telah memiliki 14 BukaClubs yang berbeda, masing-masing dengan jadwal kegiatannya sendiri.

We also offer an *Employee Assistance Programme* (“EAP”) as part of our employee benefits. The EAP is intended to help employees improve their well-being by providing support from trained psychologists for a variety of work-related and personal issues, including relationships, marriage, parenting, and mental health.

Meanwhile, Bukalapak has a programme called BukaClubs that aims to increase employee engagement and happiness while strengthening bonds outside of the formal work environment. BukaClubs is intended to serve as a platform for employees to connect based on shared interests and hobbies, with the goal of creating a more dynamic and well-connected workplace. Until the end of 2023, Bukalapak had 14 different BukaClubs, each with its own set of activities.



Selain itu, Bukalapak juga aktif menyelenggarakan berbagai acara internal untuk meningkatkan keterlibatan karyawan seperti perayaan ulang tahun Perseroan untuk merayakan berbagai pencapaian dan tonggak penting yang telah diraih bersama serta bazaar karyawan yang dirancang untuk memfasilitasi semangat kewirausahaan karyawan, sekaligus menawarkan diskon spesial dari berbagai merek sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras para karyawan.

Terakhir, kami menyadari kebutuhan unik orang tua yang bekerja, terutama mereka yang merawat bayi baru lahir. Oleh karena itu, kami memberikan opsi pengaturan kerja yang fleksibel (*flexible working arrangement*), termasuk kerja jarak jauh atau fleksibilitas kerja di kantor, yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan jam kerja sesuai dengan kebutuhan mereka. Untuk mendukung ibu bekerja agar tetap bisa menyusui, kami menyediakan Ruang Laktasi di semua kantor Bukalapak. Ruang ini memberikan ruang pribadi bagi ibu untuk menyusui sehingga mendukung kebutuhan mereka sebagai orang tua yang bekerja.

Penghargaan & Pengakuan

Dalam industri teknologi yang terus berkembang, mempertahankan motivasi dan dorongan karyawan di tingkat yang tinggi sangatlah penting. Sepanjang tahun 2023, kami secara proaktif memastikan bahwa karyawan kami tetap terlibat dan termotivasi. Kami percaya bahwa tenaga kerja yang termotivasi merupakan bagian tak terpisahkan untuk mendorong produktivitas dan kesuksesan jangka panjang Perseroan.

Kami selalu berusaha untuk menjadikan Bukalapak sebagai tempat kerja terbaik. Sepanjang tahun 2023, Bukalapak menerima beberapa penghargaan seperti HR Asia Best Companies to Work For in Asia 2023, HR Excellence SWA Awards 2023 dalam “Learning & Development and Knowledge Management”, dan Human Capital & Performance Award 2023 untuk “The Best Learning And Development Strategy 2023 (E-Commerce Industries)” dan “The Best Human Capital Future Leader Of The Year (E-Commerce Industries)”. Penghargaan-penghargaan ini merupakan penegasan yang jelas atas komitmen teguh dalam membina lingkungan kerja di mana kesejahteraan dan motivasi karyawan kami tetap menjadi prioritas utama.

Furthermore, Bukalapak actively organises various internal events to increase employee engagement, such as the Company’s birthday celebration to celebrate various achievements and milestones achieved together, as well as employee bazaars designed to foster employees’ entrepreneurial spirit while offering special discounts from various brands as a form of appreciation for the employees’ hard work.

Finally, we recognise the unique needs of working parents, particularly those caring for newborns, and thus offer flexible working arrangements, such as telecommuting or in-office flexibility, allowing them to tailor their working hours to their needs. Lactation Rooms are available in all Bukalapak offices to help working mothers continue to breastfeed. This space provides a private space for mothers to breastfeed, which meets their needs as working parents.

Awards & Recognition

In the ever-evolving landscape of the tech industry, maintaining high levels of employee motivation and drive is imperative. Throughout the year, we have proactively ensured that our employees remain engaged and motivated. Our firm belief is that a motivated workforce is integral to drive productivity and also the enduring success of the Company in the long term.

As we always strive to make Bukalapak the best workplace of choice. Throughout 2023, Bukalapak received several awards such as HR Asia Best Companies to Work For in Asia 2023, HR Excellence SWA Awards 2023 in “Learning & Development and Knowledge Management”, and Human Capital & Performance Award 2023 for “The Best Learning And Development Strategy 2023 (E-Commerce Industries)” and “The Best Human Capital Future Leader Of The Year (E-Commerce Industries)”. These awards are a clear affirmation of our steadfast commitment to fostering a work environment where the well-being and motivation of our employees remain at the forefront of our priorities.

Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat [F.23]

Improving Community Welfare [F.23]

Bukalapak berkomitmen untuk mendistribusikan manfaat sosial-ekonomi sebagai bagian dari misinya untuk menumbuhkan ekonomi yang adil, menghilangkan kesenjangan sosial, dan membangun bangsa yang inklusif. Bukalapak secara aktif terlibat dalam kesejahteraan masyarakat dengan mendukung pengembangan UMKM melalui peningkatan literasi keuangan dan digital untuk mendorong keterbukaan ekonomi. Di era ekonomi berbasis teknologi, Bukalapak juga memastikan bahwa setiap orang dari berbagai latar belakang memiliki pilihan dan kesempatan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

Bukalapak is dedicated to distributing socioeconomic benefits as part of its mission to promote a fair economy, eliminate social disparities, and create an inclusive nation. Bukalapak is actively involved in community welfare by assisting MSMEs in developing financial and digital literacy to promote economic openness. Bukalapak also ensures that people from all walks of life have choices and opportunities to improve their lives in this age of technology.





Bukalapak Sebagai Katalisator Perubahan

Bukalapak memberikan dampak positif yang luas pada masyarakat dan ekonomi Indonesia melalui berbagai inisiatifnya. Dengan membuka peluang menjadi Mitra Bukalapak, masyarakat dapat terlibat aktif sebagai pelaku UMKM, menciptakan lapangan pekerjaan baru. Selain itu, melalui program-programnya, Bukalapak mampu meningkatkan daya beli masyarakat secara tidak langsung, memberikan kontribusi positif pada perekonomian negara.

Bukalapak juga berkomitmen pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan menyelenggarakan pelatihan dan memberikan beasiswa. Upaya ini tidak hanya memajukan individu, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang holistik, Bukalapak menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat melalui berbagai program tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Selain itu, melalui platform seluler dan Mitra Bukalapak, Perseroan mengoptimalkan bisnisnya, menjangkau seluruh wilayah Indonesia, dan meningkatkan basis pelanggan serta jaringan Mitra Bukalapak. Dengan menjadi penggerak utama pertumbuhan, Mitra Bukalapak memainkan peran kunci dalam digitalisasi warung di seluruh Indonesia, menciptakan dampak positif yang signifikan dalam ekosistem bisnis nasional.

Bukalapak as a Catalyst of Change

Bukalapak provides a broad positive impact on Indonesian society and economy through its various initiatives. By providing opportunities to become Mitra Bukalapak, people can actively participate as MSMEs, thereby creating new jobs. Furthermore, Bukalapak's programmes have the potential to indirectly increase people's purchasing power, thereby contributing positively to the national economy.

Bukalapak is also committed to improving the quality of human resources through training and scholarship programmes. These efforts benefit both individuals and long-term economic growth. Bukalapak uses a holistic approach to establish a harmonious relationship with the community through a variety of social and environmental responsibility programmes.

Furthermore, through its mobile platform and Mitra Bukalapak, the company optimises its business, expands its customer base and Mitra Bukalapak network, and reaches all parts of Indonesia. Mitra Bukalapak, as a key growth driver, plays a critical role in the digitalization of warungs throughout Indonesia, resulting in a significant positive impact on the national business ecosystem.



Memberdayakan UMKM

Sejalan dengan dedikasinya terhadap SDGs, Bukalapak hadir sebagai pendukung utama UMKM. Melalui platform *e-commerce* yang luas, Bukalapak memberdayakan para pengusaha UMKM, secara aktif mendukung sekitar 18,1 juta Mitra Bukalapak di lebih dari 200 kota di Indonesia. Dengan memfasilitasi transisi sebagian bisnis mereka ke ranah online, Bukalapak mendorong para Mitra Bukalapak untuk meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka, serta mengukuhkan perannya dalam memajukan kesejahteraan ekonomi dalam skala nasional.

Bukalapak telah menginisiasi program-program yang berdampak untuk memberdayakan UMKM, yang menunjukkan komitmen terhadap pertumbuhan dan perkembangan mereka. Salah satu inisiatif tersebut adalah “Festival Kota Masa Depan”, sebuah upaya kolaboratif dengan Grab dan EMTEK. Program yang menargetkan 30.000 UMKM di kota-kota kecil dan kabupaten di seluruh Indonesia ini berfokus pada penyediaan dukungan terintegrasi. Dukungan ini mencakup serangkaian pelatihan komprehensif, bantuan pengembangan bisnis, dan program orientasi digital, yang selaras dengan tujuan untuk meningkatkan kapabilitas UMKM di wilayah-wilayah tersebut.

Selain itu, Bukalapak bekerja sama dengan TSA (*Tanoto Scholars Association*) meluncurkan program “Menang di Bulan Kemenangan”. Inisiatif yang diadakan selama bulan Ramadan ini dirancang untuk mengedukasi dan meningkatkan kemampuan Mitra Bukalapak & Pelapak dalam ekosistem Bukalapak. Memanfaatkan keahlian dan pengalaman TSA, program ini memberikan serangkaian webinar yang bertujuan untuk memberikan keterampilan pengembangan bisnis, serta kemampuan kepemimpinan.

Bukalapak juga terus menunjukkan komitmennya melalui “Spesial Kumpul Juwara (“SKJ”),” sebuah acara pelatihan kewirausahaan khusus bagi pemilik warung, kios pulsa, dan anggota Komunitas Juwara. Dengan fokus pada strategi pemasaran digital, manajemen persediaan, dan strategi penjualan, pelatihan ini menjadi bagian penting dari upaya Bukalapak untuk meningkatkan keterampilan bisnis para Mitra Bukalapak lokal dalam menghadapi era transformasi digital.

Empowering MSMEs

In line with its dedication to the SDGs, Bukalapak serves as a crucial advocate for MSMEs. Through its vast *e-commerce* platform, Bukalapak empowers MSME entrepreneurs, actively supporting around 18.1 million Mitra Bukalapak in more than 200 cities in Indonesia. By facilitating the transition of part of their business to the online domain, Bukalapak encourages its Mitra Bukalapak to increase their income and quality of life, and solidifies its role in advancing economic welfare on a national scale.

Bukalapak has launched impactful programmes to empower MSMEs, demonstrating its dedication to their growth and development. One such initiative is the “Future City Festival,” a collaboration between Grab and EMTEK. The programme, which aims to assist 30,000 MSMEs in small towns and regencies throughout Indonesia, focuses on providing comprehensive support. This support includes a comprehensive set of training, business development assistance, and digital onboarding programmes aimed at improving the capabilities of MSMEs in these regions.

In addition, Bukalapak in collaboration with TSA (*Tanoto Scholars Association*) launched the “*Menang di Bulan Kemenangan*” programme. The initiative, held during the month of Ramadan, is designed to educate and enhance the capabilities of Mitra Bukalapak & Merchants/*Pelapak* in the Bukalapak ecosystem. Using TSA’s expertise and experience, the programme delivered a series of webinars aimed at providing business development skills, as well as leadership capabilities.

Bukalapak also demonstrates its commitment through “*Spesial Kumpul Juwara* (“SKJ”),” an entrepreneurial training event for *warung* owners, mobile phone kiosk operators, and Juwara community members. This training, which focuses on digital marketing strategies, inventory management, and sales strategies, is an important part of Bukalapak’s efforts to improve the business skills of local Mitra Bukalapak as they navigate the digital transformation era.



Dari Penjual Pulsa Menjadi Agen Inklusi Keuangan yang Inspiratif

From Credit-Phone Seller to Inspirational Financial Inclusion Agent

Jumiati, seorang penjual pulsa dari Kota Palembang, memulai perjalanan transformatifnya saat bergabung dengan Mitra Bukalapak pada tahun 2018. Awalnya skeptis, ia mulai bereksperimen dengan platform ini dan secara bertahap meningkatkan keterlibatannya. Kemitraan dengan Mitra Bukalapak memungkinkan Jumiati untuk mendiversifikasi penawaran warungnya selain pulsa, dengan menjual produk digital dan layanan keuangan sehingga memperluas usahanya menjadi toko serba ada yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Terlepas dari tantangan yang dihadapi, seperti kondisi geografis yang sulit, Jumiati memanfaatkan Fitur Grocery Mitra Bukalapak untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya secara komprehensif, dengan produk yang diantarkan langsung ke rumahnya, memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan.

“Dulu tidak ada pemasok khusus, kalau mau belanja harus ke pasar. Sekarang, ini sangat membantu. Tinggal pilih dan klik, barang langsung diantar. Jadi lebih cepat dan praktis,” jelas Jumiati.

Lebih jauh lagi, Mitra Bukalapak juga memungkinkan Jumiati untuk mentransformasi bisnisnya dan menjadi agen inklusi keuangan yang penting. Kini, Jumiati memfasilitasi berbagai transaksi keuangan melalui layanan “Kirim Uang” untuk para penjual atau pemilik usaha di sekitar warungnya. Jumiati bercerita, “Pelanggan di sini cukup beragam. Ada yang terpisah dari keluarga dan perlu mengirim uang untuk istrinya di Jawa atau anaknya di pesantren. Karena dekat dengan pasar induk, banyak juga pedagang yang harus mengirim uang untuk membeli buah atau sayuran.”

Dengan demikian, Jumiati telah berkontribusi secara signifikan dalam memajukan ekonomi masyarakatnya.

Jumiati, a mobile phone credit seller from Palembang City, embarked on a transformative journey when she joined Mitra Bukalapak in 2018. Initially sceptical, she began experimenting with the platform, gradually increasing her involvement. The partnership enabled Jumiati to diversify her *warung*'s offerings beyond phone credits, incorporating digital products and financial services, elevating her business to a vital one-stop shop for the community's daily needs.

Despite challenges, such as difficult geographic conditions, Jumiati leveraged Mitra Bukalapak's Grocery Feature to comprehensively fulfil her customers' demands, with products delivered directly to her doorsteps, providing a comfortable and enjoyable shopping experience.

“In the past, there was no specific supplier; if you wanted to shop, you had to go to the market. Now, it's very helpful. Just choose and click, and the goods can be delivered directly. So, it's faster and more practical,” Jumiati explained.

Going further, Mitra Bukalapak also allows Jumiati to transform her business and become a pivotal financial inclusion agent. Now, Jumiati facilitates various financial transactions through the “*Kirim Uang*” service for sellers or business owners in her *warung*'s local market area. Jumiati shared, “Customers here are quite diverse. Some are separated from their families and need to transfer money for their wives in Java or their children in the boarding school. Because it's close to the central market, many traders must also send their money to buy fruits or vegetables.”

Thus, Jumiati has significantly contributed to advancing her community's economy.

Upaya lain yang dilakukan oleh Bukalapak untuk memberdayakan UMKM dalam menghadapi tantangan finansial dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka adalah dengan cara meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran investasi. Bukalapak, bekerja sama dengan BEI, memprakarsai sekolah pasar modal untuk para Mitra Bukalapak. Program ini bertujuan mengedukasi para Mitra Bukalapak tentang dasar-dasar pasar modal, pengelolaan keuangan yang efektif, dan pentingnya menghindari penipuan investasi.

Another effort made by Bukalapak to empower MSMEs to face financial challenges and improve their economic welfare is by improving financial literacy and investment awareness. Bukalapak, in collaboration with IDX, initiated a capital market school for Mitra Bukalapak. The programme aims to educate Mitra Bukalapak on the basics of the capital market, effective financial management, and the importance of avoiding investment fraud.



Warung Tradisional Naik Kelas Menjadi Toko Modern

Traditional Warung Elevates into Modern Store

Wati, seorang mantan *sales promotion girl* yang kini menjadi pengusaha Mitra Bukalapak dari Palembang, telah mengubah nasib keluarganya secara signifikan dengan mendiversifikasi dan memodernisasi warungnya. Awalnya, Wati menyambi berjualan pulsa dengan menyediakan jasa pembuatan *henna* dan souvenir pernikahan untuk mengumpulkan modal. Perjalanannya berubah drastis pada tahun 2022 ketika ia bergabung dengan Mitra Bukalapak yang secara drastis meningkatkan usahanya.

Mitra Bukalapak memfasilitasi akses yang lebih mudah ke produk grosir dan transaksi isi ulang pulsa yang efisien, menggandakan pendapatan harian warungnya dari sebelumnya hanya satu juta rupiah dan memungkinkannya untuk merombak warungnya menjadi lebih modern seperti minimarket.

“Dengan penataan warung yang berubah, pelanggan juga merasa lebih nyaman berbelanja. Secara pribadi, saya menyukai hal-hal yang unik agar tidak monoton. Hal ini yang memotivasi saya untuk terus melakukan inovasi di warung, seperti sekarang ini. Akhirnya, saya bisa menciptakan warung yang modern. Dari bahan kayu hingga pintunya, sekarang didesain seperti minimarket lainnya,” tutup Wati.

Keterlibatannya dalam Komunitas Juara semakin memperkaya perjalanannya, karena program-program dan konten edukasi yang ditawarkan Mitra Bukalapak melalui Komunitas Juara memberikan dorongan dan sumber daya yang memungkinkan warungnya untuk terus bersaing.

Wati, a former sales promotion girl turned Mitra Bukalapak entrepreneur from Palembang, has significantly transformed her family's fortunes by diversifying and modernising her *warung*. Initially, Wati juggled selling phone credits with making bridal henna and wedding gifts to gather capital. Her journey took a pivotal turn in 2022 when she joined Mitra Bukalapak, revolutionising her business operations.

Mitra Bukalapak facilitated easier access to wholesale products and efficient top-up transactions, doubling her *warung's* daily income from just one million rupiahs and allowing her to remodel her *warung* into a modern, minimarket-like establishment.

“With the changing arrangement of the warung, customers also feel more comfortable shopping. Personally, I like unique things to avoid monotony. This motivates me to continue innovating the warung, like now. Finally, I can create a modern warung. From wood materials to the door, it is now designed like other minimarkets,” Wati concluded.

Her involvement in the Juara Community further enriched her journey, as the programs and educational content offered by Mitra Bukalapak through the Juara Community provide encouragement and resources that enable the *warung* to continue competing.

Dukungan bagi Generasi Muda

Komitmen Bukalapak untuk mendukung generasi muda berakar dari kesadaran akan peran penting mereka dalam membentuk masa depan ekonomi digital. Dengan tujuan untuk menumbuhkan inovasi, kewirausahaan, dan literasi digital di kalangan generasi muda, Bukalapak berkolaborasi dengan Yayasan Bakti Barito ("YBB") meluncurkan Akademi Jagoan dalam bentuk program Belajar Digital Bareng. Inisiatif ini tidak hanya mengakselerasi kemampuan dan pengetahuan para siswa SMK, tetapi juga memberdayakan mereka untuk menjadi pemimpin masa depan di lanskap digital.

Selain itu, melalui program Beasiswa BUKA: Kakak Asuh, Bukalapak menggarisbawahi pentingnya partisipasi kolektif dalam kegiatan sosial untuk memupuk potensi generasi muda. Dengan memberikan dana pendidikan untuk anak-anak Mitra Bukalapak, Bukalapak tidak hanya mendukung ekosistem UMKM, tetapi juga berinvestasi pada aspirasi pendidikan generasi muda dan membentuk masyarakat yang lebih inklusif dan berdaya.

Merintis Kesetaraan Melalui Pemberian Peluang yang Merata

Mempromosikan keberagaman dan memberdayakan perempuan dalam ekosistem bisnis bukan hanya sebuah pilihan etis, tetapi juga kebutuhan strategis bagi Bukalapak. Langkah ini menunjukkan komitmen Bukalapak untuk menciptakan lingkungan bisnis yang inklusif, setara, dan berkembang di mana setiap orang, terlepas dari gender, dapat berkontribusi, sukses, dan membentuk masa depan perdagangan di Indonesia.

Komitmen Bukalapak terhadap keberagaman dan inklusi dapat terlihat dari proses perekrutan yang menitikberatkan pada keterampilan dan kualifikasi setiap orang. Sebagai sebuah perusahaan teknologi, kami dengan bangga memiliki 38% perempuan yang berada di posisi tertinggi, menunjukkan dedikasi kami terhadap kesetaraan gender. Kami juga bekerja sama dengan IBCWE untuk menyelenggarakan berbagai program dan diskusi yang menarik untuk memastikan tempat kerja yang inklusif. Hal ini tidak hanya selaras dengan nilai-nilai kami, tetapi juga menciptakan budaya yang dinamis dan inovatif.

Supporting the Young Generation

Bukalapak's commitment to supporting the younger generation stems from an awareness of their critical role in shaping the future of the digital economy. Bukalapak collaborated with Bakti Barito Foundation ("YBB") to launch Akademi Jagoan, a Learning Digital Bareng programme, with the goal of encouraging innovation, entrepreneurship, and digital literacy among the younger generation. This initiative not only accelerates vocational school students' skills and knowledge, but also prepares them to be future digital leaders.

Furthermore, through the BUKA Scholarship programme: Kakak Asuh, Bukalapak emphasises the importance of collective participation in social activities in developing the potential of the younger generation. By providing educational funds for the children of Mitra Bukalapak, Bukalapak not only supports the MSMEs ecosystem, but also invests in the educational aspirations of the younger generation and shapes a more inclusive and empowered society.

Pioneering Equality Through Providing Equitable Opportunities

Promoting diversity and empowering women in the business ecosystem is not only an ethical decision, but also a strategic one for Bukalapak. This step demonstrates Bukalapak's commitment to creating an inclusive, equal, and thriving business environment in which everyone, regardless of gender, can contribute, succeed, and shape Indonesian commerce's future.

Bukalapak's commitment to diversity and inclusion is evident in the hiring process, which focuses on everyone's skills and qualifications. As a technology company, we are proud to have 38% women in leadership roles, demonstrating our commitment to gender equality. We also collaborate closely with the IBCWE to host a variety of engaging programmes and discussions to promote an inclusive workplace. This not only reflects our values, but also fosters a dynamic and innovative culture.

Upaya kami untuk memberikan peluang yang merata bagi masyarakat luas dilakukan dengan secara aktif mendukung wirausaha perempuan melalui program-program seperti PUJAAN, BUKA 10.000 Peluang, dan Perempuan Jadi Pengusaha. Program-program seperti tidak hanya memberdayakan perempuan secara individu, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat yang lebih luas. Ketika perempuan mendapatkan akses ke sumber daya, bimbingan, dan pendidikan, mereka dapat menjadi kontributor utama bagi pertumbuhan ekonomi, mendorong masa depan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Selain itu, inisiatif seperti “Program Beasiswa untuk Mendukung Perempuan di Bidang Teknologi” mengakui kurangnya keterwakilan perempuan di sektor teknologi. Dengan memberikan beasiswa dan bimbingan, Bukalapak bertujuan untuk menjembatani kesenjangan ini dan mewujudkan potensi besar talenta perempuan dalam mendorong inovasi dan kemajuan di lanskap digital.

Our efforts to provide equitable opportunities for the society as a whole include actively supporting women entrepreneurs through programmes such as PUJAAN, BUKA 10.000 Peluang, and Perempuan Jadi Pengusaha. Such programmes not only empower individual women, but also contribute to the empowerment of the wider community. When women gain access to resources, guidance, and education, they can contribute significantly to economic growth, resulting in a more equitable and sustainable future.

Furthermore, initiatives such as the “Scholarship Programme to Support Women in Technology” recognise the acknowledge the underrepresentation of women in the technology sector. Bukalapak aims to bridge this gap by offering scholarships and mentorship, recognising the enormous potential of female talent to drive innovation and progress in the digital landscape.



> 2 juta

Bukalapak telah membuka peluang bagi lebih dari 2 juta wirausaha perempuan untuk mengembangkan diri dan berdaya.

Bukalapak has opened opportunities for more than 2 million women entrepreneurs to develop themselves and be empowered.



40%

Persentase karyawan wanita

The percentage of female employee

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan [F.25]

Bukalapak memandang pelaksanaan program-program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ("TJSL") dan Pengembangan Masyarakat sebagai landasan utama dalam meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat. Sebagai sebuah perusahaan publik, Bukalapak memiliki tanggung jawab untuk merancang dan menjalankan program-program TJSL.

Perseroan juga secara aktif memetakan pelaksanaan TJSL dengan mencapai 17 SDGs di Indonesia. SDGs merupakan rencana aksi global untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan, yang mencakup 17 tujuan dan 169 target yang diharapkan tercapai pada tahun 2030.

Dalam melaksanakan program-program TJSL, Perseroan bekerja sama dengan mitra bisnis dan lembaga swadaya masyarakat dalam menjalankan program-program di bidang pemberdayaan (*empowerment*) dan pengembangan (*development*) masyarakat untuk mewujudkan misi Perseroan dalam menciptakan pemerataan ekonomi yang adil bagi semua. Tak hanya itu, Perseroan juga bertekad meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan Mitra Bukalapak, termasuk *pelapak* dan warung melalui program edukasi, donasi, dan program-program lainnya. Bukalapak juga memandang transparansi dan akuntabilitas dalam melaporkan hasil kerja sebagai bagian penting dalam program pelaksanaan TJSL Pengembangan Masyarakat. Oleh karena itu, Bukalapak senantiasa menyampaikan informasi mengenai pelaksanaan dan hasil program TJSL melalui berbagai saluran komunikasi internal dan mitra bisnis.

Corporate Social Responsibility Programme [F.25]

Bukalapak believes that the implementation of Corporate Social Responsibility ("CSR") and Community Development programmes is the most important foundation for improving the community's welfare and standard of living. Bukalapak, as a public company, is responsible for designing and implementing CSR programmes.

In addition, the Company actively maps CSR implementation to 17 SDGs in Indonesia. The SDGs are a global action plan to end poverty, reduce inequality, and protect the environment, with 17 goals and 169 targets set to be met by 2030.

In implementing CSR programmes, the Company works with business partners and non-governmental organisations to run community empowerment and development programmes in order to achieve the Company's mission of creating fair economic equality for all. Furthermore, the Company is committed to improving the welfare and empowerment of Mitra Bukalapak, including *pelapak* and warung, through educational programmes, donations, and other initiatives. Bukalapak also considers transparency and accountability in reporting work results as an important part of implementing the Community Development CSR programmes. Therefore, Bukalapak consistently communicates information about the implementation and outcomes of CSR programmes through various internal communication channels and business partnerships.

Kegiatan CSR Bukalapak Tahun 2023 | Bukalapak's CSR Activities in 2023

Jenis Kegiatan Type of Activity	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals	Penjelasan Explanation
Menang di Bulan Kemenangan	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap   	Alokasi Dana: Rp2.590.000 Budget Allocation: Rp2,590,000 Bekerja sama dengan TSA, Bukalapak mengadakan serangkaian edukasi untuk Mitra Bukalapak & Pelapak selama bulan Ramadhan. Acara ini bertujuan untuk mengedukasi UMKM yang tergabung di dalam ekosistem Bukalapak dan memberi mereka pengembangan bisnis secara praktis serta keterampilan kepemimpinan melalui serangkaian webinar. In collaboration with TSA, Bukalapak held a series of educational events for Mitra Bukalapak & Pelapak during Ramadan. The event aimed to educate MSMEs in the Bukalapak ecosystem and provide them with practical business development and leadership skills through a series of webinars.
Program Tanam Pohon 'Akar Kebaikan' bersama Bukalapak Tree Planting Program 'Akar Kebaikan' with Bukalapak	SDGs No. 11 Kota dan Pemukiman yang berkelanjutan SDGs No. 11 Sustainable Cities and Settlements SDGs No.13 Penanganan Perubahan Iklim SDGs No. 13 Climate Action SDGs No. 15 Ekosistem Daratan SDGs No. 15 Terrestrial Ecosystems   	Alokasi Dana: Rp46.155.000 Budget Allocation: Rp46,155,000 Inisiatif pelestarian lingkungan yang baru diluncurkan ini diadakan melalui kolaborasi dengan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk ("BNI"), Tbk. Karyawan Bukalapak dan BNI melakukan penanaman 1.200 bibit pohon di Hutan Organik Megamendung, Bogor. This newly launched environmental conservation initiative was held in collaboration with PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk ("BNI"). Bukalapak and BNI employees planted 1,200 tree seedlings in Megamendung Organic Forest, Bogor.
SINAU	SDGs No. 11 Kota dan Pemukiman yang berkelanjutan SDGs No. 11 Sustainable Cities and Settlements SDGs No.13 Penanganan Perubahan Iklim SDGs No.13 Climate Action SDGs No. 15 Ekosistem Daratan SDGs No. 15 Terrestrial Ecosystems   	Alokasi Dana: Rp82.950.000 Budget Allocation: Rp82,950,000 Bukalapak mengedukasi dan memilih para Mitra Bukalapak yang tinggal di daerah padat penduduk di Garut dan Tasikmalaya untuk menjadi Agen Perubahan Lingkungan. Bersama dengan Yayasan Bakti Barito & Naraloka, Bukalapak memberikan pelatihan tentang pengelolaan sampah organik dan anorganik. Bukalapak educates & selects Mitra Bukalapak that reside in the densely populated area of Garut and Tasikmalaya to become the Agent of Environmental Change. Together with Bakti Barito & Naraloka Foundation, Bukalapak provided training on organic and inorganic waste management.

Jenis Kegiatan Type of Activity	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals	Penjelasan Explanation
Pilah dan Daur Ulang Sampah Plastik Bersama PT Plasticpay Teknologi Daur Ulang ("PlasticPay") Sorting and Recycling Plastic Waste with PT Plasticpay Recycling Technology ("PlasticPay")	SDGs No. 12 Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab SDGs No.12 Responsible Consumption and Production SDGs No.13 Penanganan Perubahan Iklim SDGs No.13 Climate Action  	Alokasi Dana: Rp120.000.000 Budget Allocation: Rp120.000.000 Sebuah inisiatif untuk mendorong Mitra Bukalapak, pelanggan dan masyarakat umum untuk melakukan daur ulang dengan cara menukarkan poin dari penyerahan sampah plastik melalui drop box yang ditempatkan di Mitra Bukalapak. Poin yang terkumpul dapat digunakan untuk berbelanja di toko Mitra Bukalapak. Melalui kerja sama ini, Bukalapak berkontribusi dalam mengurangi jejak karbon hingga 2,3 ton CO ₂ -eq dan mengumpulkan 623,9 kg sampah botol. An initiative to encourage Mitra Bukalapak, their customers and the general public to recycle by redeeming points from plastic waste submission through drop boxes placed at Mitra Bukalapak. The points can then be used to shop at Mitra Bukalapak stores. Through this collaboration, Bukalapak contributed to reduce footprint carbon by up to 2.3 tonnes CO ₂ -eq and collected 623.9 kg of bottle waste.
Akademi Jagoan (Program khusus untuk Pelajar SMK) (Special Edition for Vocational High School Students)	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education  	Alokasi Dana: Rp2.633.000 Budget allocation: Rp2,633,000 Sebagai upaya untuk mengembangkan ekonomi digital melalui teknologi, Bukalapak dan YBB memperkenalkan Akademi Jagoan melalui program Belajar Digital Bareng. Program ini merupakan program pemberdayaan yang didedikasikan bagi siswa-siswi SMK untuk mengakselerasi kemampuan dan pengetahuan sekaligus meningkatkan kewirausahaan mereka melalui platform digital secara gratis. As an effort to develop the digital economy through technology, Bukalapak and YBB introduced the Jagoan Academy through the Belajar Digital Bareng program. This program is an empowerment program dedicated to SMK students to accelerate their skills and knowledge while enhancing their entrepreneurship through digital platforms for free.
Festival Kota Masa Depan	SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 5 Kesenjangan Gender SDGs No. 5 Gender Equality SDGs No. 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi SDGs No. 8 Decent Work and Economic Growth SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap    	Alokasi Dana: Rp142.700.000 Budget Allocation: Rp142,700,000 Bekerja sama dengan Grab dan EMTEK, kami secara aktif mendukung UMKM di kota-kota kecil dan kabupaten di seluruh Indonesia melalui Festival Kota Masa Depan. Inisiatif ini menargetkan 30.000 UMKM, dengan fokus pada penyediaan program dukungan terintegrasi yang mencakup serangkaian pelatihan, bantuan pengembangan bisnis, dan program orientasi digital. In collaboration with Grab and EMTEK, Bukalapak actively supports MSMEs in small towns and regencies across Indonesia through the Festival Kota Masa Depan (Future Cities Festival). This initiative targets 30,000 MSMEs, focusing on providing integrated support programs that include training series, business development assistance, and a digital onboarding program.

Jenis Kegiatan Type of Activity	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals	Penjelasan Explanation
BUKA Scholarship	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap 	Alokasi Dana: Rp82.950.000 Budget Allocation: Rp82,950,000 BUKA Scholarship: Program Kakak Asuh merupakan platform baru bagi Bukalapak Squad untuk bersama-sama berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bersifat jangka panjang dan berbasis komitmen. Pada tahun 2023, Bukalapak meluncurkan program beasiswa pendidikan untuk anak-anak Mitra Bukalapak, ekosistem UMKM terdekat kami. BUKA Scholarship: Kakak Asuh Program is a new platform for Bukalapak Squad to collectively participate in long-term and commitment-based charitable activities. In 2023, Bukalapak launched an education fund for the children of Mitra Bukalapak, our closest MSMEs ecosystem.
Kompetisi Perempuan Jagoan Pencari Cuan ("PUJAAN") Perempuan Jagoan Pencari Cuan ("PUJAAN") Competition	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 5 Kesenjangan Gender SDGs No. 5 Gender Equality SDGs No. 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi SDGs No. 8 Decent Work and Economic Growth SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap 	Alokasi Dana: Rp254.594.500 Budget Allocation: Rp254,594,500 Bukalapak meluncurkan sebuah inisiatif bernama PUJAAN yang terdiri dari serangkaian pelatihan dan kompetisi bisnis. Inisiatif ini bertujuan untuk memberdayakan usaha kecil agar dapat memaksimalkan potensi mereka dengan menyediakan modal usaha, khususnya bagi para Pelapak dan Mitra Bukalapak perempuan. Kompetisi ini memilih pemenang berdasarkan rencana bisnis yang inovatif, memberikan mereka hadiah uang tunai untuk meningkatkan skala operasi mereka. Selain itu, para pemenang juga mendapatkan akses untuk mendapatkan bimbingan dari para ahli di bidang kreatif, bisnis, dan manajemen keuangan, sehingga dapat memupuk kreativitas, kepercayaan diri, dan meningkatkan keterampilan dalam metrik dan manajemen keuangan di antara para wirausahawan perempuan ini. Bukalapak launched an initiative called PUJAAN which consists of a series of training and business competitions. This initiative aims to empower small businesses to maximise their potential by providing business capital, especially for female Pelapak and Mitra Bukalapak. This competition selects winners based on their innovative business plans, awarding them cash prizes to scale their operations. Additionally, winners gain access to mentoring from experts in creative, business, and financial management, fostering creativity, confidence, and enhanced skills in financial metrics and management among these women entrepreneurs.

Jenis Kegiatan Type of Activity	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals	Penjelasan Explanation
#Buka10.000peluang, Donasi Laptop Untuk Pelaku UMKM Perempuan #Buka10.000peluang, Laptop Donations for Female MSMEs	SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 5 Kesenjaraan Gender SDGs No. 5 Gender Equality SDGs No. 9 Industri, Inovasi dan Infrastruktur SDGs No. 9 Industry, Innovation, and Infrastructure SDGs No. 12 Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab SDGs No. 12 Responsible Consumption and Production 	Alokasi Dana: Rp10.184.000 Budget Allocation: Rp10,184,000 Sebagai bagian dari komitmen Bukalapak untuk mencapai target-target penting SDGs, terutama yang berkaitan dengan pendidikan berkualitas, kesetaraan gender, dan konsumsi yang bertanggung jawab, Bukalapak meluncurkan kampanye Buka 10.000 Peluang yang didedikasikan untuk memberdayakan perempuan dalam berbisnis dengan memanfaatkan teknologi, yang diwujudkan dalam bentuk donasi laptop kepada UMKM yang dipimpin oleh perempuan. As part of Bukalapak's commitment to achieve significant targets of SDGs, especially related to the quality education, gender equality and responsible consumption, Bukalapak launched Buka 10.000 peluang campaign, dedicated to empower women to run business by leveraging technology, which translated into laptop donations to women-led MSMEs.
Seri Webinar Kewirausahaan "Perempuan Jadi Pengusaha" Entrepreneurship Webinar Series "Women Become Entrepreneurs"	SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 5 Kesenjaraan Gender SDGs No. 5 Gender Equality SDGs No. 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi SDGs No. 8 Decent Work and Economic Growth 	Alokasi Dana: Rp16.950.000 Budget Allocation: Rp16,950,000 Sebuah seri webinar yang memberikan keterampilan pengembangan bisnis bagi para wanita. Pelatihan ini dirancang khusus untuk Mitra Bukalapak dan Pelapak perempuan serta istri Mitra Bukalapak dan Pelapak. A webinar series providing women with soft and practical business development skills. The training was specially designed for our female Mitra Bukalapak and Pelapak as well as the wives of Mitra Bukalapak and Pelapak.
Program Beasiswa untuk Mendukung Perempuan di Bidang Teknologi Scholarship Program to Support Women in Technology Sector	SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 9 Industri, Inovasi dan Infrastruktur SDGs No. 9 Industry, Innovation, and Infrastructure SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap 	Alokasi Dana: Rp130.000.000 Budget Allocation: Rp130,000,000 Bukalapak memberikan beasiswa penuh selama empat tahun bagi para mahasiswi untuk belajar di Sekolah Technopreneur Nusantara ("SOTN"). Inisiatif ini bertujuan untuk mendukung pengembangan dan ketersediaan talenta perempuan di sektor teknologi. Beasiswa dan sesi mentoring diberikan kepada mahasiswa di luar kota-kota besar dalam rangka mendorong inklusi digital di seluruh Indonesia. Bukalapak is providing full four year scholarships for female students to study at the School of Technopreneur Nusantara ("SOTN"). This initiative aims to support the development and availability of female talent in the technology sector. The scholarships and mentoring sessions are provided to students outside tier 1 cities in order to promote digital inclusion across Indonesia.

Jenis Kegiatan Type of Activity	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals	Penjelasan Explanation
Workshop Upcycling Cermat Hemat Upcycling Workshop Cermat Hemat	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 12 Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab SDGs No. 12 Responsible Consumption and Production SDGs No. 13 Penanganan Perubahan Iklim SDGs No.13 Climate Action	Alokasi Dana: Rp5.358.000 <i>Budget Allocation: Rp5,358,000</i>
Kelas Online “English for Mitra Bukalapak” “English for Mitra Bukalapak” Online Class	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 No Poverty SDGs No. 4 Pendidikan Berkualitas SDGs No. 4 Quality Education SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap	Alokasi Dana: Rp14.800.000 <i>Budget Allocation: Rp14,800,000</i>
Kegiatan Ramadhan Bersama Anak-Anak Rumah Langit Ramadan Activities with Children from Rumah Langit	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap	Alokasi Dana: Rp10.917.500 <i>Budget Allocation: Rp10,917,500</i>

Jenis Kegiatan Type of Activity	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Sustainable Development Goals	Penjelasan Explanation
Donasi Makanan untuk Kampanye Zero Food Waste Food Donation for Zero Food Waste Campaign	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No.2 Tanpa Kelaparan SDGs No.2 Zero Hunger  	Alokasi Dana: Rp71.914.313 Budget Allocation: Rp71,914,313
Donor Darah Karyawan Bukalapak “Merdeka Memberi” Bukalapak Employee Blood Drive “Merdeka Memberi”	SDGs No.3 Kehidupan Sehat dan Sejahtera SDGs No.3 Good Health and Well-Being 	Alokasi Dana: Rp1.410.000 Budget Allocation: Rp1,410,000
Donasi Charity Bazaar Untuk Dukungan Pendidikan Anak-Anak Asuhan Rumah Yatim Charity Bazaar Donations to Support the Education of Orphanage Children	SDGs No. 1 Tanpa Kemiskinan SDGs No. 1 Without Poverty SDGs No. 10 Berkurangnya Kesenjangan SDGs No. 10 Reducing the Gap  	Alokasi Dana: Rp13.911.000 Budget Allocation: Rp13,911,000

Pengaduan Masyarakat [F.24]

Komitmen Bukalapak terhadap pelaksanaan TJSL termasuk memfasilitasi saluran komunikasi yang terbuka dengan masyarakat umum, sehingga memungkinkan penyampaian pengaduan secara langsung terkait ketidakpuasan, dampak operasional negatif, atau masalah yang bertentangan dengan etika, integritas, norma, dan peraturan lingkungan.

Inisiatif ini tidak hanya memungkinkan pelanggan dan masyarakat luas, termasuk para Mitra Bukalapak, untuk menyuarkan keluhan mereka mengenai kinerja platform dan dampak perusahaan, tetapi juga memanfaatkan kemajuan teknologi untuk merampingkan proses pengaduan. Setiap keluhan yang diterima akan didokumentasikan dan ditindaklanjuti secara menyeluruh, untuk memastikan solusi yang efektif sebagai tanggapan atas umpan balik yang diberikan.

Dalam rangka memberikan pelayanan terbaik, layanan Bukalapak memusatkan saluran penyampaian aduan sebagai berikut:

Grievances from Communities [F.24]

Bukalapak's commitment to CSR implementation includes facilitating open communication channels with the general public and allowing for direct submission of complaints about dissatisfaction, negative operational impacts, or issues that violate ethics, integrity, norms, and environmental regulations.

This initiative not only allows customers and the larger community, including Mitra Bukalapak, to express their concerns about platform performance and corporate impact, but it also uses technological advancements to streamline the grievance process. Every complaint received will be thoroughly documented and followed up on to ensure effective solutions based on the feedback provided.

To provide the highest level of service, Bukalapak services centralise the following complaint submission channels:



- **Live Chat BukaBantuan Bukalapak:**
bl.id/bukabantuan
- **Live Chat BukaBantuan Mitra Bukalapak:**
bl.id/bukabantuanmitra
- **WhatsApp Official Mitra Bukalapak:**
0811 8433336

Pengaduan Masyarakat dan Status Penyelesaian Tahun 2023 | Grievances from Communities and Completion Status in 2023

Jenis Pengaduan Type of Complaint	Jumlah Pengaduan Number of Complaints	Pengaduan yang Diselesaikan Resolved Complaints	Tidak Selesai Not Completed	Dalam Penyelesaian In Settlement
Solusi Finansial Produk Virtual Virtual Product Financial Solutions	189.451	189.371	0	80
Pembayaran Payment	171.134	171.045	0	89
Pengembalian Barang dan Pengembalian Dana Garansi Return Goods and Warranty Refunds	98.093	98.038	0	55
Pelanggaran Kebijakan Penipuan Sekuriti Security Fraud Policy Violation	97.176	97.155	0	21
Pengiriman Shipping	92.666	92.623	0	43
Akun dan Info Personal Account and Personal Info	91.173	91.091	0	82
Masukan Fitur Web Aplikasi Feedback for Application Web Feature	12.106	12.094	0	12
Marketing Campaign dan Promosi Marketing Campaign and Promotion	11.501	11.484	0	17
Lapak dan Fiturnya Lapak and its Features	6.482	6.467	0	15
Lain-lain Others	673.045	672.881	0	164
Grand total	1.442.827	1.442.249	0	578

Produk dan Layanan Terbaik dari Bukalapak

Dedikasi Bukalapak untuk terus berinovasi dan memberikan layanan terbaik berakar pada aspirasinya untuk memberikan dampak positif bagi lebih banyak masyarakat Indonesia. Khususnya bagi UMKM, Bukalapak berperan sebagai katalisator teknologi, menawarkan solusi yang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan produktivitas. Komitmen ini terlihat dari inovasi pemasaran dan pengembangan produk yang dilakukan Perseroan, serta penyediaan layanan pengaduan dan solusi efektif yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari segi tata kelola, Perseroan juga telah menerapkan Sistem Manajemen Anti Penyuapan untuk memastikan bahwa Perseroan menjalankan praktik bisnis yang adil dan transparan sehingga dapat selalu memberikan layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi.

Pada tahun 2023, Bukalapak melakukan beberapa pengembangan dalam produk dan layanannya, seperti platform BukaBangunan yang membantu UMKM yang terlibat dalam distribusi bahan

Excellent Products and Services from Bukalapak

Bukalapak's commitment to continuous innovation and providing the best services stems from its desire to have a positive impact on as many Indonesians as possible. Bukalapak serves as a technology catalyst, particularly for MSMEs, by providing solutions that increase market reach and productivity. This dedication is evident in the Company's marketing innovation and product development, as well as the provision of complaint services and effective solutions aimed at increasing customer satisfaction.

In terms of governance, the Company has also implemented an Anti-Bribery Management System to ensure that it operates in a fair and transparent manner, allowing it to consistently provide high-quality services.

In 2023, Bukalapak implemented various improvements in its products and services. These include the introduction of the BukaBangunan platform, which aids MSMEs involved in the

bangunan. Selain itu, Bukalapak juga meluncurkan platform Sparca untuk membantu UMKM di industri otomotif dengan menyediakan akses ke suku cadang kendaraan. Selanjutnya, Bukalapak telah melakukan pengembangan pada layanan pelanggannya dengan memperkenalkan fitur ACHA (*Assistant Chat*) dan layanan mandiri yang bertujuan untuk mengatasi keluhan dan meningkatkan pengalaman Mitra Bukalapak secara keseluruhan. Terakhir, Bukalapak telah memperluas dukungannya untuk program-program Kartu Prakerja dengan menawarkan skema normal, yang berkontribusi pada pengembangan keterampilan tenaga kerja, produktivitas, daya saing, dan kewirausahaan. [F.26]

Layanan BukaBantuan di Bukalapak menjadi perantara penting bagi perwakilan Perseroan untuk berinteraksi dengan pelanggan, yang mencerminkan fokus Perseroan untuk memberikan layanan berkualitas dengan sentuhan personal dan manusiawi. Bukalapak dengan tegas memperlakukan semua konsumen dan Mitra Bukalapak dengan sama pentingnya, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan POJK No. 51/POJK.03/2017, memastikan bahwa setiap pemangku kepentingan dihormati dan dihargai sesuai dengan kerangka kerja peraturan tersebut. [F.17]

Perlindungan Data Pengguna [F.27] [F.28]

Melayani lebih dari 130 juta pelanggan, Bukalapak sebagai platform *e-commerce* terkemuka memainkan peran penting dalam membantu berbagai bisnis, terutama UMKM, untuk memasarkan produk dan layanan mereka. Dengan basis pengguna yang terus berkembang, Perseroan memastikan keamanan pelanggan terutama dalam hal kerahasiaan dan privasi data pelanggan.

Untuk melindungi platformnya dari ancaman keamanan siber yang terus meningkat, Bukalapak telah melakukan beberapa inisiatif keamanan untuk memastikan pengalaman bertransaksi yang aman dan lancar bagi pengguna serta membantu penjual dalam meningkatkan transaksi platform mereka dan meningkatkan kepuasan pengguna.

Pada saat yang bersamaan, Bukalapak juga berkomitmen untuk mematuhi Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi ("UU PDP") untuk setiap pelanggan yang

distribution of construction materials. Additionally, the Sparca platform has been launched to assist MSMEs in the automotive industry by providing access to vehicle spare parts. Furthermore, Bukalapak has made improvements to its customer service by introducing ACHA (*Assistant Chat*) and self-service features, which aim to address complaints and enhance the overall experience for Mitra Bukalapak. Lastly, Bukalapak has extended its support to the *Kartu Prakerja* programme by offering normal schemes, which contribute to the development of workforce skills, productivity, competitiveness, and entrepreneurship. [F.26]

Bukalapak's BukaBantuan service is an important intermediary for Company representatives to interact with customers, reflecting the Company's focus on providing quality services with a personalised and human touch. Bukalapak firmly treats all consumers and Mitra Bukalapak with equal importance, in accordance with Law Number 8 Year 1999 on Consumer Protection and POJK No. 51/POJK.03/2017, ensuring that every stakeholder is respected and valued in accordance with such regulatory framework. [F.17]

User Data Protection [F.27] [F.28]

Serving more than 130 million customers, Bukalapak as a leading *e-commerce* platform plays an important role in helping various businesses, especially MSMEs, to market their products and services. With a growing user base, the Company ensures, particularly with regards to maintaining the confidentiality and privacy of customer data,

To protect its platform from ever-increasing cybersecurity threats, Bukalapak has implemented a number of security initiatives aimed at providing users with a safe and smooth transaction experience while also assisting sellers in increasing platform transactions and improving user satisfaction.

At the same time, Bukalapak has committed to complying with Law Number 27 of 2022 on Personal Data Protection ("PDP Law") for all customers registered on our *e-commerce* platform. We ensure

terdaftar di platform *e-commerce* kami. Kami memastikan bahwa semua data pribadi pelanggan diperoleh dengan persetujuan dari subjek data tersebut. Pada setiap tahap pemrosesan data, kami menjamin telah menerapkan kontrol keamanan informasi yang memadai, mulai dari penerimaan, pengolahan, penyimpanan, hingga penghapusan data. Ini dilakukan untuk memastikan keamanan data pribadi pengguna kami selama bertransaksi.

Untuk memperkuat sistem perlindungan data nasabah, Bukalapak telah menerapkan berbagai kontrol keamanan untuk menjaga sistem informasi. Fokus kami terbagi dalam tiga area utama: *data at rest*, *data in transit*, dan *data in use*. Dengan kontrol keamanan ini, kami berusaha keras untuk memastikan bahwa data nasabah kami terlindungi di setiap tahapan penggunaannya. Bukalapak juga berfokus untuk menciptakan lingkungan digital yang aman bagi setiap pengguna dan pemangku kepentingan dengan secara proaktif mengembangkan strategi keamanan informasi menggunakan perangkat yang termutakhir dan di saat yang sama menumbuhkan budaya keamanan melalui berbagai macam program pelatihan keamanan informasi. Sebagai hasilnya, Bukalapak tidak mengalami insiden keamanan, serangan *malware*, atau pelanggaran keamanan siber apapun sepanjang tahun 2023.

that all customer personal data is obtained with the data subject's consent. We guarantee that adequate information security controls are in place at all stages of data processing, from receiving, processing, storing, to deleting data. This is done to ensure the security of our users' personal data during transactions.

Bukalapak has implemented a variety of security controls to protect customer data. Our primary focus is on three areas: data at rest, data in transit, and data in use. With these security controls, we strive to protect our customers' data at all stages of use. Bukalapak also focuses on creating a secure digital environment for all users and stakeholders by proactively developing information security strategies using cutting-edge tools while also cultivating a security culture through various information security training programmes. As a result, Bukalapak did not experience any security incidents, malware attacks, or cybersecurity breaches in 2023.

Kebijakan Pengembalian Barang [F.29]

Untuk menjaga keadilan dan kepuasan baik bagi pembeli maupun penjual, Bukalapak memiliki kebijakan pengembalian barang yang jelas dan terstruktur, memberikan kesempatan kepada pembeli untuk mengajukan keluhan atau pengembalian barang (retur) dalam kondisi tertentu. Berikut adalah rincian kebijakannya:

- Waktu Pengajuan Komplain: Pembeli diberi waktu selama 2x24 jam sejak barang dinyatakan telah sampai sesuai dengan informasi tracking dari jasa pengiriman. Dengan demikian, pembeli memiliki cukup waktu untuk memeriksa barang dan memastikan keadaannya.
- Batas Waktu Pengajuan Komplain: Jika pembeli tidak mengajukan komplain dalam batas waktu yang ditentukan (2x24 jam), maka hak untuk mengajukan komplain akan hilang. Setelah batas waktu ini, uang pembayaran akan langsung diteruskan ke penjual (pelapak).

Return Policy [F.29]

To ensure fairness and satisfaction for both buyers and sellers, Bukalapak has a clear and structured return policy, which allows buyers to file a complaint or return goods under certain conditions. Here are the specifics of the policy:

- Complaint Filing Time: Buyers have 2x24 hours from the time the product is declared to have arrived based on tracking information from the delivery service. Thus, the buyer has ample time to inspect the product and ensure its condition.
- Deadline for Filing a Complaint: If the buyer fails to file a complaint within the specified time limit (2x24 hours), the right to file a complaint will be forfeited. Following this time limit, the payment will be sent directly to the seller.

Jika pembeli memutuskan untuk mengajukan retur, Bukalapak menyediakan tiga jenis solusi dalam penyelesaian retur, yaitu:

- Pengembalian Uang,
- Penggantian Barang, atau
- Penambahan Barang.

Kepuasan Pelanggan [F.30]

Pelanggan adalah jantung inovasi dan kreativitas Bukalapak, sehingga secara rutin diadakan survei pelanggan sebagai upaya untuk memantau kualitas pelayanan dari produk dan layanan Bukalapak. Selain itu, survei dibutuhkan untuk mendapatkan umpan balik yang diterima dari UMKM dan pelanggan, baik positif maupun negatif, sangat berharga bagi Bukalapak. Umpan balik ini berfungsi sebagai tolak ukur penting untuk menilai kualitas produk dan layanan Perseroan, yang memainkan peran penting dalam membentuk strategi dan inovasi di masa depan.

Kepuasan konsumen dievaluasi melalui survei tingkat kepuasan pelanggan secara berkala. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dapat dimonitor melalui nilai kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Score* atau "CSAT"). Pada tahun 2023, CSAT tercatat lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu dari 62,38 menjadi 61,83, dari total skor sebesar 100. Hal ini selaras dan adanya pemusatan dan pemaksimalan saluran pengaduan melalui *live chat* dan penyesuaian jam operasional dari 24 jam menjadi pukul 08.00–22.00 selama satu minggu penuh.

Loyalitas pelanggan menjadi hal yang penting bagi keberlanjutan usaha Bukalapak ke depan. Untuk keperluan itu, Perseroan mengukur loyalitas melalui *Net Promoter Score* ("NPS") yang dapat menunjukkan secara langsung tipe pelanggan yang loyal dan dapat memberikan prediksi tingkah laku konsumen terhadap bisnis Bukalapak. *Score* ini menjadi indikator berapa banyak konsumen yang mau merekomendasikan Bukalapak kepada orang lain. Selain itu, NPS juga menunjukkan interaksi personal berdasarkan pemahaman mendalam yang membuat konsumen menyukai produk dan layanan Bukalapak. Sesuai survei terbaru, pada tahun 2023 terjadi penurunan nilai indeks loyalitas pelanggan dari 59 menjadi 54, sebagai dampak dari penyesuaian kegiatan promosi, kebijakan bisnis, dan pengembangan aplikasi.

If the buyer decides to file a return, Bukalapak provides three types of return settlement solutions, including:

- Refund,
- Replacement of the Product, or
- Additional Products.

Customer Satisfaction [F.30]

Customers are the heart of Bukalapak's innovation and creativity, thus customer surveys are conducted on a regular basis as an effort to monitor the service quality of Bukalapak's products and services. In addition, surveys are required to collect feedback from MSMEs and customers, both positive and negative, which is extremely valuable to Bukalapak. This feedback is an important benchmark for assessing the quality of the Company's products and services, and it helps shape future strategies and innovations.

Customer satisfaction is measured through regular satisfaction surveys. Customer satisfaction can be measured using the Customer Satisfaction Score ("CSAT"). In 2023, the CSAT was lower than the previous year, decreasing from 62.38 to 61.83 out of a total score of 100. This is in line with the centralization and maximisation of complaint channels via live chat, as well as the change in operating hours from 24 hours to 08.00–22.00 for one week.

Bukalapak's business sustainability depends on customer loyalty. For this purpose, the company measures loyalty using Net Promoter Score ("NPS"), which can directly show the type of customers who are loyal and predict consumer behaviour towards Bukalapak's business. This score indicates how many customers are likely to recommend Bukalapak to others. Furthermore, NPS demonstrates personal interaction based on deep understanding, which leads to consumer satisfaction with Bukalapak products and services. According to the most recent survey, the value of the customer loyalty index decreased from 59 to 54 in 2023 due to changes in promotional activities, business policies, and application development.

Bagi Bukalapak, pelanggan menyatakan puas atau tidak puas tetap bermakna karena menjadi tolak ukur untuk mengetahui kualitas layanan dan produk yang telah diberikan.

Hasil lengkap survei Indeks Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut:

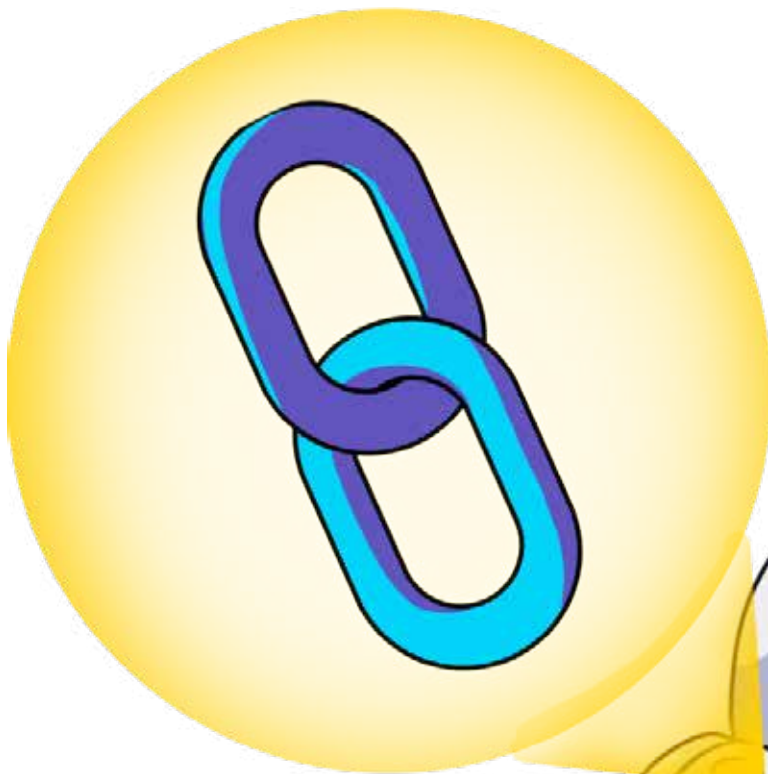
Customers expressing satisfaction or dissatisfaction remains important to Bukalapak because it serves as a benchmark for determining the quality of services and products provided.

The table below shows the complete results of the Customer Satisfaction Index and Consumer Loyalty survey:

Parameter Penilaian Assessment Parameter	2023
Hasil Survei Berdasarkan Indeks Kepuasan Pelanggan Survey Results Based on Customer Satisfaction Index	
Kemudahan Akses <i>Ease of Access</i>	48,81
Kecepatan dalam Memberikan Solusi <i>Speed in Providing Solutions</i>	51,20
Keramahan <i>Friendliness</i>	59,25
Ketepatan Solusi <i>Accuracy of the Solutions</i>	51,32
Hasil Survei Berdasarkan Indeks Loyalitas Konsumen Survey Results Based on Customer Loyalty Index	
Loyalitas Konsumen (NPS) <i>Customer Loyalty (NPS)</i>	54

Tak sekadar mengupayakan terwujudnya kepuasan pelanggan, Bukalapak juga berupaya semaksimal mungkin untuk menghargai kerahasiaan data atau privasi pelanggan. Dalam hal ini, Perseroan berkomitmen untuk tidak menggunakan data konsumen sebatas yang telah disepakati oleh Bukalapak dengan konsumen. Komitmen tersebut membawa hasil dengan dengan tidak adanya keluhan atau pengaduan terkait kerahasiaan data dan privasi konsumen selama tahun 2023. Selain itu, selama tahun pelaporan juga tidak ada laporan mengenai kebocoran, pencurian atau kehilangan data yang disampaikan konsumen kepada Bukalapak.

Bukalapak not only strives for customer satisfaction, but also makes every effort to protect the confidentiality of customer data. In this case, the Company has committed to not using consumer data to the extent that Bukalapak has agreed with consumers. This commitment has yielded results, with no complaints or grievances regarding data confidentiality and consumer privacy by 2023. Furthermore, during the reporting year, Bukalapak received no reports of data leakage, theft, or loss from consumers.





LAMPIRAN

APPENDIX

Daftar Pengungkapan Sesuai

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

Nomor 51/POJK.03/2017 ^[G.4]

List of Disclosure Based on POJK No.51/POJK.03/2017

No. Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
A.1	Penjelasan Strategi Keberlanjutan Explanation on Sustainability Strategies	41-42
	Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan Overview of Sustainability Aspects Performance	
B.1	Aspek Ekonomi Economy Aspects	6
B.2	Aspek Lingkungan Hidup Environmental Aspects	7
B.3	Aspek Sosial Social Aspects	8
	Profil Perusahaan Company Profile	
C.1	Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan Vission, Mission, Sustainable Values	10
C.2	Alamat Perusahaan Company Address	28
C.3	Skala Usaha: 1. Total aset atau kapitalisasi dan total kewajiban; 2. Jumlah karyawan menurut jenis kelamin, jabatan, usia, pendidikan, dan status ketenagakerjaan; 3. Nama pemegang saham dan persentase kepemilikan saham; dan 4. Wilayah operasional Business Scale: 1. Total assets or assets capitalization and total liabilities; 2. Total employee based on gender, position, age, education and employment status; 3. Percentage of share ownership; and 4. Operational area.	29-30, 74-75
C.4	Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan Product, Service and Business Activities	28-29, 31-33
C.5	Keanggotaan pada Asosiasi Membership in Association	36
C.6	Perubahan Emiten dan Perusahaan Publik yang Bersifat Signifikan Significant Changes	37
	Penjelasan Direksi Director Explanation	

No. Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
D.1	Penjelasan Direksi Director Explanation	15-20
	Tata Kelola Keberlanjutan Sustainable Corporate Governance	
E.1	Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan Person in Charge Responsibility for Sustainable Finance	43-44
E.2	Pengembangan Kompetensi Terkait Keuangan Berkelanjutan Sustainable Finance Competency Development	44-45
E.3	Penilaian Risiko Atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan Sustainable Finance Risk Assessment Implementation	46
E.4	Hubungan dengan Pemangku Kepentingan Stakeholders Relations	50-54
E.5	Permasalahan Terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan Sustainable Finance Implementation Problems	54-55
	Kinerja Keberlanjutan Sustainable Performance	
F.1	Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan The Activities of Building a Culture of Sustainability	72-73
	Kinerja Ekonomi Economic Performance	
F.2	Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi Comparison of Production Targets and Performance, Portfolio, Financial Targets, or Investment, Revenue and Profit	61
F.3	Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi pada Instrumen Keuangan atau Proyek yang Sejalan dengan Keuangan Berkelanjutan Comparison of Portfolio Targets and Performance, Financing Targets, or Investments in Financial Instruments or Projects in Line With the Implementation of Sustainable Finance	Not Relevant
	Kinerja Lingkungan Hidup Environmental Performance	
	Aspek Umum General Aspect	
F.4	Biaya Lingkungan Hidup Environment Cost Incurred	71
	Aspek Material Material Aspect	

No. Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
F.5	Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan Use of Environmentally Friendly Materials Aspek Energi Energy Aspect	Not Relevant
F.6	Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan The Amount and Intensity of Energy Used	69-70
F.7	Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan Efforts and Achievement of Energy Efficiency Including Use of Renewable Energy Sources Aspek Air Water Aspect	71
F.8	Penggunaan Air Water Used Aspek Keanekaragaman Hayati Biodiversity Aspect	68
F.9	Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati Impacts from Operational Areas Close to or in Conservation Areas or Having Biodiversity	67
F.10	Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati Biodiversity Conservation Efforts Aspek Emisi Emission Aspect	67
F.11	Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya The Amount and Intensity of Emissions Produced by Type	70
F.12	Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan Efforts and Achievement Emission Reduction Carried Out Aspek Limbah dan Efluen Waste and Effluent Aspect	71
F.13	Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan Berdasarkan Jenis The Amount of Waste and Effluent Produced by Type	68
F.14	Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen Mechanism of Waste and Effluent Management	68
F.15	Tumpahan yang Terjadi (jika ada) Spills that Occur (if any) Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup Environmental Complaint Aspect	Not Relevant
F.16	Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan The Amount and Material of Environmental Complaints Received and Resolved	71
	Kinerja Sosial Social Aspect	
F.17	Komitmen untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/atau Jasa yang Setara kepada Konsumen Commitment to Provide Services for Equivalent Products and/or Services to Consumers	102

No. Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
	Aspek Ketenagakerjaan Employment Aspect	
F.18	Kesetaraan Kesempatan Bekerja Equality of Employment Opportunities	73
F.19	Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa Child Labor and Forced Labor	77
F.20	Upah Minimum Regional The Regional Minimum Wage	83
F.21	Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman Decent and Safe Working Environment	83-85
F.22	Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai Training and Capacity Building of Employees	77-80
	Aspek Masyarakat Society Aspect	
F.23	Dampak Operasi Terhadap Masyarakat Sekitar Operational Impacts to the Surrounding Community	86-92
F.24	Pengaduan Masyarakat Public Complaints	100-101
F.25	Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Environmental and Social Responsibility Activities	93-99
	Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan Responsibilities for Developing Sustainable Products/Services	
F.26	Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan Innovation and Development of Sustainable Financial Products and/or Services	102
F.27	Produk/Jasa yang Sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan Products/Services that have been Evaluated for Safety for Customers	102-103
F.28	Dampak Produk/Jasa Products/Service Impacts	102-103
F.29	Jumlah Produk yang Ditarik Kembali Number of Products Recalled	103-104
F.30	Survei Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan Customer Satisfaction Survey of Sustainable Finance and/or Services	104-105
	Lain-lain Others	
G.1	Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen (jika ada) Written Verification from an Independent Party (if any)	Not Relevant
G.2	Lembar Umpan Balik Feedback Form	112
G.3	Tanggapan Terhadap Umpan Balik Laporan Keberlanjutan Tahun Sebelumnya Feedback on Previous Year's Sustainability Report	112
G.4	Daftar Pengungkapan Sesuai POJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik Disclosure List Based on POJK No.51/POJK.03/2017 regarding the Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers and Public Companies	108-111

Lembar Umpan Balik [G.2]

Feedback Form

Silahkan pilih salah satu kelompok pemangku kepentingan yang paling mewakili Anda:
Please tick the box for the stakeholder group that best describes you:

- ☐ Employee
- ☐ Contractor/Subcontractor/Vendor/Supplier
- ☐ Customer
- ☐ Investor / Financial Analyst /Shareholders
- ☐ Regulator
- ☐ NGO
- ☐ Media
- ☐ Student/Academics
- ☐ Others: _____

Bagaimana penilaian Anda terhadap laporan ini:
Please rate the report for:

(1 being POOR up to 5 being EXCELLENT)

Parameter Parameter	1	2	3	4	5
Dapat memenuhi kebutuhan informasi yang anda butuhkan Meeting your information needs					
Konten yang lengkap Content completeness					
Transparan Transparency					
Jelas dan mudah dimengerti Clarity and easy to understand					
Kemudahan dalam mencari informasi tertentu Ease in finding information					
Keseluruhan Laporan Overall Report					

Laporan ini terdiri dari bagian-bagian berikut:
The report has these following sections:

Bagian Section	Apakah anda mengakses bagian ini? Did you access this section?	Apakah bagian ini bermanfaat/memuat informasi yang mencukupi? Is it useful/insightful?
Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan Sustainability Performance	☐	☐
Strategi Keberlanjutan Sustainability Strategy	☐	☐
Profil Perusahaan Company Profile	☐	☐
Sambutan Direksi Message from Board of Directors	☐	☐
Tata Kelola Keberlanjutan Sustainability Governance	☐	☐
Kinerja Ekonomi Economic Performance	☐	☐
Kinerja Lingkungan Environmental Performance	☐	☐

Apa yang menjadi perhatian utama bagi Anda mengenai performa keberlanjutan kami?
Does the report address your main concerns about our sustainability performance? Please elaborate

Mohon berikan saran kepada kami untuk meningkatkan kualitas laporan berikutnya
How could we improve this report in the future

Bukalapak tidak mendapatkan umpan balik terkait Laporan Keberlanjutan 2022. [G.3]
Bukalapak did not receive any feedback on the 2022 Sustainability Report.

2023

Laporan Keberlanjutan
Sustainability Report



bukalapak

Kantor Pusat

Head Quarter

Metropolitan Tower

Jl. R.A. Kartini Kav. 14, RT.10/RW.4
Cilandak, Kota Jakarta Selatan | South Jakarta
Jakarta 12430

Website

<https://about.bukalapak.com/id/>

Email

Sekretaris Perusahaan | Corporate Secretary:

corsec@bukalapak.com

Hubungan Investor | Investor Relations:

invrelations@bukalapak.com

Pertanyaan Media | Media Inquiries:

corcom@bukalapak.com