

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

#### **I.1.1 Latar Belakang SIB E-Commerce**

Kegiatan Studi Independen Bersertifikat E-Commerce diadakan oleh Power Academy, powered by PowerCommerce.Asia (PT. Mitra Semeru Indonesia). PowerCommerce.Asia adalah *e-commerce enabler* terkemuka di Asia yang berbasis di Indonesia. Sebagai pelopor Omni-Channel di Indonesia, PowerCommerce.Asia menawarkan solusi dan layanan menyeluruh untuk memberdayakan suatu merek, mengembangkan bisnis yang ada, dan membawa suatu produk ke pasar global. PowerCommerce.Asia menawarkan solusi untuk membantu suatu brand bergerak baik secara vertikal maupun horizontal dalam mengembangkan bisnis.

Industri E-Commerce telah tumbuh pesat sebagai sektor utama dari pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Survey dari Google, Temasek, dan Bain & Company e-Conomy SEA 2020 menggambarkan gross merchandise value (GMV) ekonomi digital Indonesia sebesar \$44 miliar, mayoritas GMV disumbangkan oleh layanan e-commerce sebesar \$32 miliar. Industri e-commerce telah menjadi mesin pertumbuhan bagi ekonomi digital dan perekonomian Indonesia secara luas. Peluang usaha yang tercipta oleh sektor e-commerce dapat dinikmati oleh semua pelaku usaha dari berbagai skala usaha, jenis usahadan ragam produk barang dan jasa.

Pertumbuhan industri e-commerce diperkirakan akan terus berlanjut, dan tahun 2025 GMV ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan tumbuh mencapai \$124 miliar. Pertumbuhan ini akan terjadi di semua sektor usaha yang telah memanfaatkan perkembangan teknologi e-commerce. Power Commerce. Asia mengambil bagian dalam pertumbuhan tersebut. Salah satu kendala yang dihadapi adalah tidak

mudah mendapatkan talenta digital yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, meskipun Indonesia menghasilkan banyak sarjana Strata 1 setiap tahun.

Studi Independen Bersertifikat E-Commerce diajukan untuk meningkatkan kuantitas lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia yang lebih siap untuk bekerja di bidang E-Commerce. Metode pembelajaran adalah *experience learning*, dimana peserta didik belajar melalui proses mengimplementasikan materi yang diperolehnya di dalam berbagai tugas. Pemberian materi diberikan baik secara *synchronous* (antara lain dalam bentuk kuliah dan tanya jawab, diskusi kelompok, paparan hasil, semua melalui *online meeting*) dan *asynchronous* (antarlain dengan disediakannya materi baca, video ajar, soal latihan).

Studi Independen ini disusun untuk membangun tiga aspek peserta didik, yaitu aspek kognitif, afektif dan motorik. Pengembangan ketiga aspek tersebut dilakukan hingga kompetensi peserta didik mencapai tingkat menciptakan platform e-commerce. Kegiatan utama untuk pengembangan masing-masing aspek adalah: perkuliahan tatap muka, pengerjaan tugas berkelompok, dan pengembangan *hardskill*. Tugas terakhir peserta didik adalah perancangan berkelompok platform e-commerce dan pengajuan proposal investasi untuk platform tersebut.

### **I.1.2 Latar Belakang Project**

Pandemi Covid-19 yang telah membersamai kehidupan sehari-hari selama hampir dua tahun tentunya membawa dampak besar pada banyak aspek, salah satunya pada kesehatan mental. Dilansir dari UNICEF, setidaknya ada 1 dari 5 orang dengan rentang usia 15-24 tahun memiliki motivasi rendah untuk beraktifitas atau merasa depresi dalam laporan *The State of The World's Children 2021* (Manda Rossa, 2021). Tidak cukup sampai disitu, memasuki tahun ketiga pandemi Covid-19 kesehatan dan kesejahteraan mental generasi muda kian memburuk. Oleh sebab itu, di sisi lain beruntungnya kesadaran akan

kesehatan mental terus meningkat. Banyak generasi muda tertarik untuk tahu isu-isu kesehatan mental lebih dalam. Termasuk juga beragam cara untuk mengurangi tekanan yang mungkin mereka alami selama pandemi ini, atau biasa disebut coping mechanism. Coping mechanism tak terbatas dan bermacam-macam, salah satunya adalah dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan seni (art), seperti mewarnai, melukis, hingga membuat kerajinan. Melihat peluang dari permasalahan kesehatan mental tersebut, Accesstories hadir menjadi pelopor bisnis yang menyediakan variasi finished goods atau DIY (Do It Yourself) raw material dari clay di Indonesia.

## **I.2 Lingkup**

### **I.2.1 Lingkup SIB E-Commerce**

Lingkup SIB E-Commerce terbagi menjadi dua tahap. Dalam tahap pertama, peserta mempelajari berbagai aspek dari E-Commerce. Semua aspek ini dikelompokkan dalam 15 (lima belas) modul, yaitu:

- 1) Berkomunikasi secara efektif
- 2) Leadership
- 3) Berpikir sistem
- 4) Berpikir kritis
- 5) Perilaku digital manusia dalam membeli barang
- 6) Perancangan proses bisnis
- 7) Perancangan digital marketing
- 8) Manajemen platform e-commerce
- 9) Kolaborasi dan kompetisi
- 10) Dasar-dasar dari hukum yang terkait dengan keberadaan dan operasi suatu platform e-commerce
- 11) Pengolahan Data
- 12) E-commerce
- 13) UI dan UX
- 14) Business Model Canvas (BMC)

### 15) Design Thinking

Pola pembelajaran dalam tahap pertama adalah pembelajaran satu arah di kelas, mentoring dua arah bersama mentor pembimbing setiap minggu, pengerjaan tugas, mentoring presentasi rutin setiap minggu dengan mentor presentasi.

Dalam tahap kedua, semua hasil pembelajaran di tahap pertama, diimplementasikan dalam project final (Capstone Project). Peserta memilih tipe project sesuai dengan minat mereka. Tipe project yang dapat dipilih adalah sebagai berikut:

- 1) Project pengembangan bisnis berbasis teknologi digital.
- 2) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Sumber Daya Manusia
- 3) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Teknologi Informasi dan Data
- 4) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Digital Marketing
- 5) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Hukum
- 6) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Customer Service
- 7) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Operations
- 8) Project pengembangan kompetensi sebagai profesional e-commerce dalam bidang Akuntansi
- 9) Project pengembangan start-up digital

Pola pembelajaran di tahap kedua mencakup pengerjaan project, mentoring rutin dengan mentor pembimbing, pengerjaan tugas, mentoring tugas dengan mentor tugas, mentoring presentasi rutin setiap minggu dengan mentor presentasi.

### **I.2.2 Lingkup Project**

Dalam ruang lingkung project Accesstories yaitu bergerak dibidang fashion and accessories yang berfokuskan kepada pengembangan aksesoris terkini dan bernilai estetika yang tidak jarang dipakai oleh para perempuan remaja sampai dengan dewasa dengan kisaran umur 17-24 tahun. Kemudian Accesstories ini ada karena perlunya pengembangan hal yang baru didunia accessories perempuan dan menciptakan tren maupun penguadukasian didalamnya.

### **I.3 Tujuan**

Merujuk dari pembahasan latar belakang, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari adanya kelompok tipe B Digital Marketing & Marketing dalam project Accesstories adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan kesempatan bagi tipe B sebagai tim profesional dalam menganalisis permasalahan dalam sebuah ekosistem E-Commerce, sesuai latar belakang bidang profesi.
2. Untuk memberikan kesempatan bagi tipe B sebagai tim profesional dalam menyusun rekomendasi permasalahan dalam sebuah ekosistem E-Commerce, sesuai latar belakang bidang profesi.
3. Untuk memberikan gambaran dalam dunia kerja, bagaimana peran tim profesional Digital Marketing & Marketing dalam sebuah ekosistem E-Commerce.