

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di Indonesia posisi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang krusial, karena berbagai peranannya yang nyata dalam perekonomian. Namun demikian, sejak krisis ekonomi melanda Indonesia (yang telah banyak membuat usaha besar tumbang) sebagian besar UKM tetap bertahan, bahkan jumlahnya meningkat dengan pesat, perhatian pada UMKM menjadi lebih besar, kuatnya UMKM juga didukung oleh struktur permodalannya yang lebih banyak tergantung pada modal sendiri (73%), 4% bank swasta, 11% bank pemerintah, dan 3% pemasok. Demikian juga berdasarkan data dari Biro Statistik (BPS) kemampuannya menyerap tenaga kerja juga semakin meningkat dari sekitar 12 juta pada tahun 1980, tahun 1990, dan tahun 1993 angka ini meningkat menjadi sekitar 45 juta dan 71 juta, dan pada tahun 2001 menjadi 74,5 juta. Jumlah UMKM yang meningkat dengan pesat, dari sekitar 7 ribu pada tahun 1980 menjadi sekitar 40 juta pada tahun 2001. Sementara itu total volume usaha, usaha kecil dengan modal dibawah Rp. 1 miliar yang merupakan 99,85% dari total unit usaha, mampu menyerap 88,59% dari total tenaga kerja pada tahun yang sama[1].

Peluang dan Tantangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) saat ini terletak pada mendorong dan berusaha memberdayakan usaha mikro kecil agar mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh, tangguh dan mandiri. Kekuatan, ketangguhan dan kemandirian usaha UMKM saat ini berarti menjadi modal kuat pencatatan nasional dalam perjuangan persaingan pasar bebas dan pandemi Covid 19. dan juga dukungan penuh dari pemerintah dapat digunakan untuk mengatasi tantangan era digitalisasi dan era milenial. Keberhasilan dan keberlanjutan UMKM meningkatkan kecepatan pembangunan ekonomi dengan menghadirkan wirausahawan muda yang memperkenalkan inovasi pada berbagai jenis produk dan layanan baru serta memanfaatkan teknologi secara efisien. Sementara itu, tantangan besar bagi pelaku UMKM tidak hanya menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah, tetapi juga bagi perguruan tinggi yang harus mempersiapkan mahasiswanya menjadi wirausahawan muda untuk menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi dalam mendukung perekonomian Indonesia [2].

Virtual reality (VR) menurut Craig Sherman, merupakan salah satu media komunikasi manusia yang melibatkan pengalaman ruang, waktu, interaktivitas, dan pengguna. Pengguna dapat mengakses konten dan merasakan interaktivitas yang dinamis, yakni merasakan atau terlibat dalam pengelolaan lingkungan yang ditampilkan melalui sebuah interface [3].

Menurut Thierauf (1995) saat ini penggunaan teknologi VR dapat diimplementasikan ke ranah bisnis, diantaranya yaitu ritel dan pemasaran, desain dan manufaktur, akuntansi dan keuangan, pelatihan dan sumber daya manusia. Salah satu contoh pada ritel dan pemasaran, penggunaan teknologi VR digunakan untuk program marketing suatu

perusahaan di Jepang dalam menarik calon konsumen, menggunakan sistem *Virtual Kitchen*. Pengguna (calon konsumen) VR tersebut dapat mengalami (melihat dan merasakan) seperti berada di dalam dapur yang diinginkannya [4]. Dalam penerapan *Virtual Reality* (VR) pada pelatihan keterampilan, para pelaku usaha tidak memerlukan 3D (3 Dimensi) karena penerapannya menggunakan kamera 360 derajat yang memberikan kesan kepada pelaku usaha layaknya berbicara atau berpresentasi di depan *audience*. Pada sistem VR ini akan memunculkan *audio* serta *visual* sebagai *event* serta interaksi antara pelaku usaha dengan audien atau calon investor apabila ada yang ingin disampaikan, ditanyakan, maupun saat bernegosiasi [5]. Untuk penggunaan kamera 360, akan disiapkan Video 360 di *Unity* dengan menerapkan *Render Texture* ke *Skybox*. Setelah selesai, konfigurasi pergerakan kamera sesuai dengan input pengguna. Di akhir alur kerja ini, akan memiliki Video 360 yang berfungsi di dalam proyek *Unity* [6].

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Adakah kendala/masalah apa yang pernah dihadapi sehubungan dengan penggunaan bahasa asing ketika berbisnis dengan negara luar?
2. Apakah pelatihan untuk memajukan bisnis anda terutama menggunakan bahasa asing/inggris sangat dibutuhkan ?

I.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembuatan aplikasi ini adalah:

1. Penggunaan visual serta audio dalam presentasi dan negosiasi.
2. Prosedural yang dilakukan untuk pelatihan teori serta aplikasi sebagai pendukung dari pelatihan presentasi & negosiasi .
3. Target pengguna adalah para pelaku UMKM.
4. Penggunaan video learning untuk pembelajaran tambahan mengenai teknik presentasi & negosiasi untuk pengguna.

I.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan yang akan dicapai adalah:

1. Selain adanya pelatihan secara prosedural, pada aplikasi *ConfyYou* terdapat video learning sebagai bahan pembelajaran tambahan dalam bahasa inggris untuk penggunaan bahasa asing dalam berbisnis dengan negara luar.
2. Aplikasi *ConfyYou* dapat membantu sebagai pendukung dalam pelatihan presentasi & negosiasi yang sebelumnya dilakukan secara prosedural dalam berbisnis dengan menggunakan bahasa inggris.

I.5 Metode Penyelesaian Masalah

Berikut adalah metodologi penyelesaian masalah yang digunakan dalam proyek akhir ini.

1. Analisis Kebutuhan

Melakukan komunikasi dengan pihak lembaga UMKM terkait dengan sistem yang akan diperlukan dalam pelatihan keterampilan berpresentasi serta bernegosiasi di depan calon investor maupun calon *customer*, menyiapkan materi maupun referensi berbentuk teori sebagai pendukung dalam pelatihan.

2. Studi Literatur

Mencari referensi yang berhubungan dengan topik proyek akhir ini seperti kondisi para pelaku usaha di masa pandemi Covid-19, wawancara dengan lembaga UMKM untuk mengetahui permasalahan yang dialami para SDM UMKM, mengetahui sejauh mana pengalaman serta pengetahuan di bidang teknologi serta pemanfaatannya dalam mengembangkan usaha yang mereka miliki. Selain itu, juga mempelajari dan memahami materi yang berhubungan dengan topik proyek akhir seperti penggunaan *Unity, Camera 360°*.

3. Perancangan Aplikasi

Melakukan perancangan aplikasi *Virtual Reality* interaktif berdasarkan analisis kebutuhan dan studi literatur yang telah dilakukan. Pada tahap ini, dilakukan penentuan fitur - fitur yang akan diimplementasikan dan rancangan tampilan aplikasi.

4. Pembuatan Aplikasi

Pada tahap ini, tim akan mempersiapkan referensi audio serta pembuatan visual dengan menggunakan software *Unity* untuk menunjang pelatihan serta referensi sebagai pendamping pelaku usaha saat berpresentasi dan bernegosiasi. Dalam pelatihan ini, kami didukung dengan alat berupa *Camera 360°* sebagai media penggunaan *Virtual Reality* (VR) untuk pelaku usaha mempresentasikan serta bernegosiasi dengan calon investor maupun *customer* atau audien, *Camera 360°* ini pun sebagai visualisasi untuk mensimulasikan pelaku usaha dalam melatih presentasi serta negosiasi di hadapan audien (*customer, calon investor*).

5. Pengujian Aplikasi

Pada tahap ini dilakukan pengujian untuk mengevaluasi kesalahan - kesalahan yang mungkin terjadi pada aplikasi, sehingga dipastikan bahwa aplikasi VR interaktif ini nantinya dapat berjalan sesuai ekspektasi. Ada dua tahap yang dilakukan pada pengujian, yaitu oleh developer aplikasi, kemudian dengan mitra dan pengguna lainnya.

I.6 Pembagian Tugas Anggota

Berikut adalah pembagian tugas tim proyek akhir:

- Aafa Kamil Athallah

Peran : Perancang VR

Tanggung Jawab :

- Merekam video 360°

- *Unity Script*

- Menyusun buku PA

- Mengedit audio dan video

- Fakhru Razy

Peran : Perancang VR

Tanggung Jawab :

- Merekam video 360°

- *Unity Script*

- Menyusun buku PA

- Mengedit audio dan video