

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Riset produk atau product research merupakan proses mengumpulkan informasi (product insight) sebelum mengembangkan sebuah produk. Informasi tersebut meliputi tujuan suatu produk, arah pengembangan, kualitas produk, dan manfaat apa saja yang bisa produk tersebut tawarkan kepada konsumen. Dalam melakukan riset, bisa memberikan survei kepada target pasar atau market research untuk mengetahui kebutuhan pelanggan. Riset produk ini memungkinkan untuk dapat memenuhi permintaan dari pasar. Pada era modern saat ini pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) dalam proses penyampaian informasi mengalami perkembangan yang pesat. Teknologi terbaru yang digunakan dalam penyampaian informasi saat ini adalah teknologi Augmented Reality (AR). Pada teknologi AR, pengguna dapat memvisualisasikan objek atau benda bersejarah dalam bentuk 3 dimensi atau dengan kata lain teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut secara realitas dalam waktu nyata. AR dapat menciptakan interaksi antara dunia nyata dengan dunia maya, semua informasi dapat ditambahkan sehingga informasi tersebut ditampilkan secara real time seolah-olah informasi tersebut menjadi interaktif dan nyata. Ditambah lagi teknologi Augmented Reality (AR) sudah menjadi bidang yang penting dalam penelitian di Indonesia. Potensi AR di Indonesia semakin pesat walaupun belum semasif yang dilakukan di luar negeri. AR menjadi potensi yang berpeluang besar dalam ilmu sains dan teknologi karena teknik ilmu ini menampilkan visual yang menarik sekaligus 3D dan animasinya, serta menekankan pada pelatihan praktis secara langsung (real time). AR juga mempunyai beberapa produk, diantaranya dalam kategori AR Fun terdiri dari AR Drawing, AR PhotoBooth, AR Live show. Dari kategori AR for Marketing and Advertising terdiri dari AR Business Card, AR Filter, AR Packaging. Dan

ada juga dalam kategori Interactive software terdiri dari Interactive floor, Interactive wall, Interactive screen/glass.

Tidak hanya Augmented Reality (AR), Indonesia dihangatkan dengan isu baru, yakni munculnya teknologi metaverse. Perbincangan tentang metaverse (bahasa Indonesianya *metamesta*), menjadi viral ketika Facebook, salah satu platform media sosial, mengubah nama korporatnya menjadi Meta, lengkapnya Meta Platform Inc. Meta ini merujuk pada kata metaverse, yakni yang dijelaskan Michael Zuckerberg sebagai sebuah dunia virtual namun berupa 3D atau tiga dimensi. Meta artinya melampaui, dan verse adalah alam semesta. Dalam metaverse, melalui alat yang disebut sebagai kacamata oculus, seseorang akan memasuki dunia virtual tiga dimensi, sehingga seolah-olah seperti tengah bertemu di dunia nyata. Dia bisa melihat aktivitas rekannya, sebaliknya sang rekan juga melihat apa yang sedang dilakukan temannya, seakan-akan saling berinteraksi dalam ruang virtual, namun sejatinya mereka di tempat yang berbeda. Metaverse akan mendorong persaingan bebas, dimana persaingan yang adil akan tercipta, semua orang diperlakukan sama, dan hanya produk yang berkualitas tinggi yang akan memenangi persaingan tersebut. Secara keseluruhan, kacamata Oculus ini berbentuk menyerupai sebuah kacamata selam tetapi dilengkapi dengan lensa tertutup. Kacamata ini akan membuat panca indera dapat merasakan sensasi nyata dalam lingkungan dunia virtual tersebut dengan sistem virtual reality. Mark Zuckerberg pun berkata bahwa ini merupakan awal, nantinya semuanya akan virtual, semuanya akan muncul yang namanya Metaverse, mulai dari restoran virtual, kantor virtual, wisata virtual hingga mall virtual. Maka dari itu perlunya riset analisis kompetitor metaverse bisnis dari perusahaan.

Perusahaan saat ini tidak hanya membutuhkan karyawan berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karyawan yang cukup kompeten dan berkomitmen (Wiroko, 2017). Kesuksesan sebuah perusahaan tidak luput dari kerja keras dan kualitas para karyawannya sehingga kualitas karyawan sangat berpengaruh besar dalam sebuah perusahaan. Rekrutmen adalah proses memperoleh sekelompok sumber daya manusia (karyawan) yang memenuhi syarat untuk mengisi suatu jabatan atau posisi di perusahaan. Beberapa perusahaan merasa sulitnya mendapatkan tenaga kerja yang

kompeten. Banyak dari mereka menggunakan pihak ketiga untuk mendapatkan tenaga kerja yang mereka inginkan atau disebut juga dengan *outsourcing*. Di era saat ini *outsourcing* merupakan salah satu alternatif atau solusi teknologi yang digunakan para perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, terutama dalam perusahaan yang bergerak di bidang IT. Secara umum *outsourcing* dapat didefinisi sebagai *contract (work out)*. *Outsourcing* di Indonesia diartikan sebagai pemborongan pekerjaan dan penyediaan jasa tenaga kerja atau pendelegasian operasi dan manajemen harian dari suatu proses bisnis kepada pihak luar (perusahaan jasa *outsourcing*). *Outsourcing* dibagi menjadi dua suku kata yaitu *out* dan *sourcing*. *Sourcing* berarti mendelegasikan pekerjaan, tanggung jawab dan keputusan kepada orang lain. *Outsourcing* dalam bahasa Indonesia berarti alih daya. Dalam dunia usaha, *outsourcing* dapat diartikan sebagai pengalihan sebagian pelaksanaan pekerjaan yang bukan merupakan bagian atau didukung oleh usaha inti perusahaan kepada perusahaan lain melalui kontrak kerja atau pemberian jasa pekerja/buruh (Fitriyaningrum, 2019). Pengalihdayaan (*outsourcing*) dalam arti luas adalah upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminta bantuan perusahaan lain guna mendukung usahanya (Prabhaputra et al., 2019). Faktor utama *outsourcing* adalah perampingan, pertumbuhan, globalisasi, peningkatan daya saing dan restruksasi. Menurut Lever (1997), penghematan biaya adalah motivasi utama untuk melakukan *outsourcing*. Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang menggunakan jasa *outsourcing* menjadikan para perusahaan lain juga membuat berbagai layanan di bidang *outsourcing* untuk membantu perusahaan-perusahaan yang membutuhkan. Namun, para perusahaan pembuka jasa *outsourcing* pun merasakan sulitnya mencari tenaga kerja yang kompeten. Beberapa di antaranya melakukan berbagai cara demi mendapatkan karyawan yang sesuai dengan keinginan perusahaan, salah satunya dengan melakukan riset pasar. Riset pasar merupakan kegiatan pendekatan atau identifikasi yang berbasis teknologi guna untuk mendapatkan berbagai informasi penting sebagai acuan dalam pengambilan keputusan pemasaran yang tepat.

Oleh karena itu, melalui program Magang Mandiri atas kerjasama antara program studi Sains Data dan juga Monster Group Surabaya

mengusulkan proyek dengan tema mengimplementasikan Riset Produk Augmented Reality, Kompetitor Metaverse, dan Rekrutmen Profesi di bidang teknologi untuk pengembangan bisnis Monster Group Surabaya. Penulis melaksanakan kegiatan magang selama 6 bulan atau setara dengan 1 semester sebesar 20 sks. Diharapkan melalui kegiatan Magang Mandiri MBKM ini dapat memberikan pengalaman pembelajaran di bidang *Business Development* dan *Data Science* di dunia industri secara nyata.

1.2 Tujuan Magang Mandiri

Adapun tujuan dari kegiatan magang mandiri di Monster Group Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Menambah informasi dan pengalaman dalam dunia kerja
2. Mampu memperluas relasi dan mengembangkan kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama dalam tim yang biasa digunakan dalam dunia kerja
3. Meningkatkan keterampilan mahasiswa/i baik berupa hardskill maupun softskill
4. Mampu melakukan research metaverse untuk pengembangan bisnis
5. Mampu melakukan Local & International Metaverse Project Analysis untuk mengetahui riset terakit projek metaverse yang ada di lokal dan internasional
6. Mampu melakukan Temporarily Hired IT Position Research untuk mendapatkan informasi IT support, tim IT yang paling dibutuhkan, dan service buffer
7. Mampu melakukan Intellectual Property untuk mengetahui bagaimana cara melindungi IP
8. Mampu melakukan research produk mengenai AR atau VR maupun Interactive software untuk MonsterAR
9. Mampu melakukan research rekrutment profesi di bidang solusi teknologi
10. Mampu melakukan research vending machine
11. Mampu melakukan analisis mengenai evaluasi kepuasan karyawan untuk pengembangan bisnis

1.3 Manfaat Magang Mandiri

Adapun manfaat dari kegiatan magang mandiri di Monster Group Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk UPN “Veteran” Jawa Timur
Sebagai sarana untuk membantu dalam meningkatkan kualitas mahasiswa melalui magang dan sebagai sarana pengenalan instansi UPN “Veteran” Jawa Timur kepada badan-badan usaha atau instansi atau perusahaan.
2. Manfaat untuk Mitra Penyelenggara MBKM
 - a. Membantu melaksanakan tugas sehari-hari pada saat penulis melaksanakan magang.
 - b. Menjalin momentum sebagai penyambung hubungan baik bagi pihak perusahaan dengan pihak penyelenggara.
3. Manfaat untuk Mahasiswa
 - a. Menambah pengetahuan dan pengalaman akan penerapan ilmu *Business Development*.
 - b. Meningkatkan kedisiplinan dan kemandirian mahasiswa melalui pemahaman akan budaya kerja profesional yang menuntut kerjasama, ketetapan waktu, kepemimpinan, dan tanggung jawab.
 - c. Menumbuhkan mental dan rasa percaya diri dalam menghadapi dunia kerja yang nyata.

1.4 Mahasiswa menguraikan tujuan penulisan topik Magang

Tujuan penulisan Proyek/Magang Mandiri yakni untuk memberikan gambaran kepada pembaca mengenai implementasi Riset produk Augmented Reality, Kompetitor Metaverse, dan Rekrutmen Profesi di bidang teknologi untuk pengembangan bisnis Monster Group Surabaya beserta cara kerjanya. Sebab Augmented Reality (AR) juga merupakan sebuah teknologi yang sangat penting dalam pemasaran produk pada digital marketing.