

ConfıYou : Sistem Pelatihan Keterampilan Presentasi dan Negosiasi Berbasis Virtual Reality untuk SDM UMKM

1st Fakhru Razy
School of Applied Science
Telkom University
Medan, Indonesia

lifawlz@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Aufa Kamil Athallah
School of Applied Science
Telkom University
Bandung, Indonesia

aufakamil@student.telkomuniversity.ac
.id

3rd Fat'hah Noor Prawita
School of Applied Science
Telkom University
Bandung, Indonesia

fathah@telkomuniversity.ac.id



Abstract—MSME entrepreneurs (Micro, Small and Medium Enterprises) have a product that continues to grow and is well known not only in remote parts of the country, but also in foreign countries. Because the products they have have a high enough appeal, many requests and orders are received from foreign countries. It is undeniable that some of these MSME entrepreneurs have difficulty in introducing and presenting their products, due to difficulties or lack of skill in using foreign languages, especially English. The ConfiYou application is a VR-based android application that aims to train users' English skills. In this application there will be 2 menu options, such as presentation & negotiation, later the user will present and introduce the product or business they have using Powerpoint. After making a presentation, there will be an audience who asks and the user will answer the question. After that has been passed, the training simulation will be completed and the results of the training simulation carried out by the user will appear.

Keywords—MSME, presentation, negotiation, product

I. PENDAHULUAN

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 Sherman, Craig, et.al (2003) 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].

II. PENELITIAN TERKAIT

A. UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM terdiri dari tiga bentuk usaha berdasarkan ukurannya, yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Berikut adalah pengertian dari ketiganya berdasarkan Undang - undang :

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yang diatur dalam Undang - Undang. Kriteria aset : Maksimal 50 Juta, kriteria Omzet : Maksimal 300 juta rupiah.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, baik dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi persyaratan Usaha Kecil sebagaimana tercantum dalam Undang - Undang ini. Kriteria aset : 50 juta - 500 juta, kriteria Omzet : 300 juta - 2,5 miliar rupiah.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, baik dengan Usaha Kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana tercantum dalam Undang - Undang ini. Kriteria aset : 500 juta - 10 Miliar, kriteria Omzet : lebih dari 2,5 Miliar - 50 Miliar rupiah (UU No. 20 Tahun 2008)[7].

B. Keterampilan presentasi & negosiasi

Masalah yang terjadi dalam pemasaran, tidak hanya memikirkan bagaimana caranya mendapatkan sebuah peluang, melainkan bagaimana cara meningkatkan serta memutar otak untuk mendapatkan peluang pemasaran agar mendapatkan keuntungan lebih. Para pengusaha juga perlu mempunyai keterampilan dalam berpresentasi agar peluang serta pemasaran produk dan jasa dapat berkembang.

Para pengusaha perlu mahir dan cakap dalam mempresentasikan produk atau jasa nya kepada konsumen maupun kepada calon investor, diharapkan pengusaha ini dapat lebih aktif mengambil peluang usaha yang dapat mewujudkan perkembangan serta kesuksesan bisnis. **Duarte dalam (Gallo, 2010)** menjelaskan, kesuksesan bisnis sangat besar didukung oleh keterampilan presentasi bisnis, karena itu sangatlah perlu [8].

Presentasi bisnis harus dilakukan dengan persiapan yang matang agar tujuan presentasi dapat tercapai. Persiapan yang diperlukan untuk presentasi bisnis mencakup beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Penguasaan terhadap topik atau materi yang akan dipresentasikan. Salah satu syarat penting dalam suatu presentasi adalah penguasaan terhadap materi. Apabila seorang pembicara kurang dapat menguasai materi yang akan dipresentasikan akan menghambat penyampaian pesan terhadap audiens dan akan memberikan citra kurang baik bagi pembicara.
2. Penguasaan berbagai alat bantu presentasi. Alat bantu presentasi yang digunakan oleh pembicara menentukan keberhasilan presentasi yang dilakukan. Dengan memanfaatkan berbagai alat bantu akan dapat mencapai tujuan presentasi bisnis yang dikehendaki.
3. Menganalisis audiens. Seorang pembicara perlu mengenal siapa sebenarnya yang menjadi audiens. Untuk mengenal audiensnya pembicara perlu melakukan analisis yang berkaitan dengan kepada siapa seseorang itu berbicara. Dengan mengenal audiens pembicara akan semakin mudah dalam melakukan presentasi.
4. Menganalisis berbagai lingkungan lokasi atau tempat untuk presentasi. Pemahaman terhadap lingkungan atau suasana lokasi presentasi bisnis akan memberi kemudahan kepada pembicara dalam mengatur alat bantu presentasi yang sesuai dengan suasana lokasi tersebut.

Agar presentasi bisnis yang dilakukan oleh pembicara dapat mencapai sasaran dan berjalan lancar, maka perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini

1. Identifikasi audiens. Perlu diperhatikan dalam melakukan presentasi bisnis yaitu mengidentifikasi siapa audiens. Audiens bisa jadi kalangan manajer, kepala departemen, supervisor, atau karyawan. Seorang pembicara perlu mengantisipasi apa yang diharapkan audiens serta bagaimana solusinya. Dengan memahami audiens secara tepat akan mempermudah pembicara dalam melakukan presentasi bisnis.
2. Menyiapkan pokok-pokok pikiran Pembicara harus mempersiapkan poin-poin penting
3. apa saja yang akan disampaikan dalam presentasi bisnis
4. Menulis teks lengkap Penyiapan teks lengkap akan menambah percaya diri bagi bagi pembacanya. Namun yang perlu diperhatikan adalah cara penyampaianya.
5. Menyiapkan rangkuman ke dalam sub-sub judul

Dalam ringkasan harus mencakup hal-hal penting yang ingin disampaikan dan dapat dikembangkan sampai pada sub-sub judul

6. Menulis ke dalam kertas ukuran kartu pos Salah satu cara dalam mempersiapkan presentasi bisnis yaitu dengan menuliskan hal-hal yang penting yang ingin disampaikan ke dalam kertas yang berukuran kartu pos[9].

Negosiasi adalah seni yang bisa dipelajari. Banyak buku tentang cara bernegosiasi yang dapat Anda temukan di toko-toko buku. Buku-buku tersebut dapat dijadikan referensi untuk belajar bernegosiasi dengan efektif. Kemampuan negosiasi bisnis sangat penting untuk Anda miliki, terutama dalam memenangkan proposal yang Anda buat. Ketika Anda berhadapan dengan klien untuk membicarakan kelanjutan nasib proposal Anda, Anda harus memiliki keterampilan bernegosiasi. Banyak hal yang akan didiskusikan berkaitan dengan spesifikasi proyek yang klien mau sampai dengan besaran harga proyek Anda. Seperti yang telah diungkapkan di awal pembicaraan tulisan ini, proposal Anda harus menawarkan konsep win-win. Oleh karena itu, pada saat bernegosiasi dengan klien pun, Anda harus menerapkan konsep win-win solution.

Salah satu tujuan orang bernegosiasi adalah menemukan suatu keputusan atau kesepakatan kedua belah pihak secara adil dan dapat memenuhi harapan atau keinginan kedua belah pihak tersebut. Untuk mendapatkan suatu kesepakatan kedua belah pihak, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain :

1. Persiapan yang cermat
2. Presentasi dan evaluasi yang jelas mengenai posisi kedua belah pihak
3. Keterampilan, pengalaman, motivasi, pikiran yang terbuka
4. Pendekatan yang logis untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling menguntungkan serta saling menghormati
5. Kemauan untuk membuat konsesi untuk mencapai kesepakatan melalui kompromi bila terjadi kemacetan

Menurut Hartman, ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam keterampilan bernegosiasi (*negotiation skills*) antara lain.

1. Persiapan

Persiapan yang baik merupakan salah satu kunci sukses negosiasi. Tanpa persiapan yang baik, hasil yang diperoleh dalam bernegosiasi tidak akan memuaskan kedua belah pihak atau bahkan mengalami kegagalan yang pada akhirnya menimbulkan kekecewaan bagi kedua belah pihak.

2. Memulai Negosiasi

Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam memulai bernegosiasi, antara lain : memilih waktu yang tepat, tempat yang tepat, pengaturan tempat duduk yang tepat, menciptakan suasana yang positif dan santai, menetapkan agenda, merumuskan tawaran / posisi pembuka, menghadapi konflik, berketerampilan berbicara secara efektif, meningkatkan keterampilan mendengarkan, perhatian, menciptakan kesepakatan dengan lebih cepat.

3. Strategi dan Teknik

Menurut kamus Webster, strategi dapat mendefinisikan sebagai rencana atau metode yang teliti atau tipu daya cerdas. Sedangkan yang dimaksud dengan taktik lebih mengacu pada setiap metode yang digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu mencapai kesepakatan dalam bernegosiasi. Baik strategi

maupun taktik menuntut keterampilan khusus dalam bernegosiasi. Negosiasi yang sukses bukan saja hasil dari perencanaan atau persiapan yang baik, tetapi juga implementasi yang baik dari sebuah negosiasi.

4. Kompromi

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa proses bernegosiasi melibatkan kedua belah pihak. Kompromi merupakan salah satu upaya menuju pencapaian kesepakatan kedua belah pihak dalam bernegosiasi. Dalam upaya menukompromi, seorang negosiator menyajikan kerangka dasar atau garis besarnya terlebih dulu, kemudian melangkah pada perbedaan kedua belah pihak secara lebih spesifik, dan akhirnya disajikan pernyataan yang bersifat penilaian untuk mendukung posisi mereka sendiri.

5. Menghindari Kesalahan Taktis

Agar negosiasi sukses, berikut ini adalah beberapa hal yang perlu dihindari dalam melakukan negosiasi, antara lain : mengajukan permintaan awal yang tidak logis (permintaan tinggi untuk penjual dan permintaan rendah untuk pembeli), membuat konsesi bebas, memulai tanpa daftar penawaran, melakukan negosiasi terlalu cepat, bernegosiasi saat terkejut, menghargai tawaran yang tidak masuk akal, takut diam, marah, tidak menuliskan hasil negosiasi, bernegosiasi pada saat lelah, mengecewakan bos Anda, dan memaksakan bernegosiasi [10].

C. Unity Engine

Unity Engine adalah *game engine* yang terus berkembang sejak dibangun pada tahun 2004. *Engine* ini adalah salah satu *game engine* berlisensi *source proprietary*, namun untuk lisensi pengembangan dibagi menjadi dua, yaitu *free* (gratis) dan berbayar sesuai perangkat yang dituju dalam pengembangan aplikasi. Unity tidak membatasi publikasi aplikasi, pengguna unity berlisensi gratis dapat mempublikasikan aplikasi yang dibangun tanpa harus membayar lisensi kepada unity. Tetapi pemakaian versi gratis dibatasi dengan beberapa fitur yang dikurangi atau bonus prefab tertentu yang diabaikan dan hanya tersedia untuk pengguna berbayar [12].

D. Aplikasi Serupa

Aplikasi yang serupa dengan proyek akhir ini yaitu:

1. Virtual Speech

Deskripsi aplikasi: Virtual Speech adalah sebuah aplikasi berbasis VR (*Virtual Reality*) yang berfungsi untuk mengadakan atau pun melatih kita (user) dalam hal *public speaking*. Ada berbagai berbagai jenis atau program yang ditawarkan, seperti persiapan interview, *meeting room*, *conference room* dan lain-lain.

2. Ovation

Deskripsi aplikasi: Aplikasi berbasis VR (*Virtual Reality*) ini merupakan aplikasi untuk melatih keterampilan serta kemampuan pengguna nya dalam mempresentasikan proyek, laporan kerja dan lain-lain dengan menggunakan VR yang dimaksud untuk membantu pengguna untuk berlatih dan membangun kepercayaan diri dalam berpresentasi.

III. ANALISIS KEBUTUHAN DAN PERANCANGAN

Bagian ini menjelaskan analisis kebutuhan pengguna, perancangan aplikasi hingga kebutuhan hardware & software dalam pengembangan aplikasi ConfiYou.

A. Analisis Kebutuhan Pengguna

Informasi kebutuhan pengguna dan karakteristiknya

digali dengan metode wawancara. Wawancara dilaksanakan pada 23 November 2021 di Gedung Rektorat, lantai 5, Universitas Telkom. Wawancara dilakukan terhadap 1 orang dosen Bahasa Inggris atas nama Dr. Iis Kurnia Nurhayati, S.S., M.Hum. Beliau adalah dosen Bahasa Inggris dari Fakultas Komunikasi Bisnis (FKB) Universitas Telkom sebagai expert bahasa dalam topik penelitian ini dengan didampingi oleh dosen pembimbing kelompok kami yaitu Pak Fathah Noor Prawita. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih jelas mengenai proyek penelitian yang disusun, karena beliau (Bu Iis) yang mempunyai data SDM UMKM, permasalahan yang dialami para pelaku usaha di masa pandemi, kurangnya kepercayaan diri para pelaku usaha dalam *branding* produk mereka terutama untuk di ekspor ke luar negeri, terutama melatih penguasaan bahasa inggris atau bahasa asing pada pelaku usaha, jadi beliau sebagai pemerhati ahli bahasa dalam membimbing para pelaku UMKM dalam melatih bahasa asing atau bahasa inggris nya.

Aplikasi ini dibuat untuk para pelaku usaha, khususnya dalam bidang UMKM yang memang masih mengalami kesulitan dalam pengembangan produk usaha mereka di pasar luar negeri. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa para pelaku UMKM ini tercatat ada 98% yang masih kurang dalam keterampilan berbahasa inggris, diketahui bahwa produk-produk mereka tidak hanya dikenal di wilayah nasional, tetapi dilirik pula oleh kalangan luar (luar negeri). Padahal dengan mereka (pelaku UMKM) memiliki keterampilan berbahasa inggris, ditambah lagi saat mempresentasikan produk serta mencoba bernegosiasi untuk menggaet mitra, usaha mereka akan berkembang pesat dan akan di export, tentu ekonomi di Indonesia akan bertambah. Spesifikasi target perangkat di Tabel 3.2 telah dikonfirmasi tersedia dan dapat digunakan oleh para pelaku UMKM untuk memakai aplikasi VR yang akan dibangun.

Berdasarkan informasi kebutuhan yang telah digali, fitur aplikasi yang perlu dibangun sesuai kebutuhan pengguna dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Lingkungan presentasi virtual

- a. Sebelum pandemi, para pelaku UMKM melakukan presentasi produk mereka di pameran, seperti berdiri di panggung dan melakukan presentasi. Semenjak pandemi, presentasi dilakukan secara online melalui platform video call. Oleh karena itu, para pelaku UMKM kurang mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan sebelum pandemi.
- b. Lingkungan virtual yang akan ditampilkan di aplikasi VR ini adalah sebuah auditorium dengan ada nya audien. Dengan adanya fitur ini diharapkan para pelaku UMKM dapat merasakan pengalaman yang imersif pada saat melatih diri melakukan presentasi.

2. Lingkungan negosiasi virtual

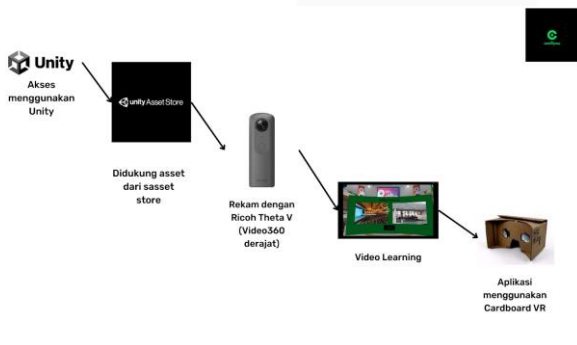
- a. Sebelum pandemi, para pelaku UMKM melakukan negosiasi langsung, seperti di ruang rapat kantor. Semenjak pandemi, presentasi dilakukan secara online melalui platform video call. Oleh karena itu, para pelaku UMKM kurang mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan sebelum pandemi.
- b. Lingkungan virtual yang akan ditampilkan di aplikasi VR ini adalah sebuah ruangan meeting dengan ada nya calon investor. Diharapkan para pelaku UMKM dapat merasakan pengalaman yang imersif pada saat melatih diri melakukan negosiasi.

3. Video Learning

- a. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, para pelaku UMKM akan mendapatkan bekal untuk mempersiapkan pelatihan presentasi maupun negosiasi.
- b. Pembelajaran sebagai bekal untuk user (SDM UMKM) ini akan dibagi menjadi 2, yaitu pembelajaran dalam presentasi serta teknik negosiasi dengan menggunakan bahasa Inggris.
- c. Dengan adanya video learning yang ada pada aplikasi ConfiYou, diharapkan user dapat terbantu dalam segi teori sebelum melakukan simulasi pada aplikasi serta melakukan pelatihan agar persiapan para pengusaha UMKM lebih baik.

B. *Perancangan Aplikasi*

Aplikasi berbasis *Virtual Reality* yang dirancang diberi nama *ConfiYou* yang terdiri dari dua bagian pelatihan yaitu Presentasi dan Negosiasi dengan menggunakan bahasa Inggris seperti terlihat pada Gambar 3.1. Aplikasi ini akan terhubung ke alat *Google Cardboard VR* dengan integrasi menggunakan *Unity* dimana saat para pelaku UMKM menggunakan VR ini dan memilih salah satu menu (Presentasi atau Negosiasi), akan muncul scene sebagai contoh pada negosiasi, user seolah-olah akan berada pada ruangan meeting. Dihadapan user akan ada seseorang yaitu calon investor yang ingin bernegosiasi terkait produk yang user (pengusaha UMKM) miliki, dengan ada beberapa pertanyaan yang dilontarkan oleh calon investor, maka user akan menjawab pertanyaan tersebut dan akan lanjut ke pertanyaan berikutnya hingga tahap ini selesai. Terdapat fitur video learning berupa bekal atau pembelajaran secara teori maupun praktek, baik itu dalam presentasi maupun teknik negosiasi yang disampaikan oleh expert (dosen dari Universitas Telkom).



Gambar 1. Arsitektur aplikasi

Tentu dengan pemberian modul pelatihan untuk presentasi maupun negosiasi yang sebelumnya telah diberikan dari *expert* untuk dipersiapkan oleh para pelaku UMKM, dapat diimplementasikan pada simulasi atau praktek nya dengan menggunakan VR.

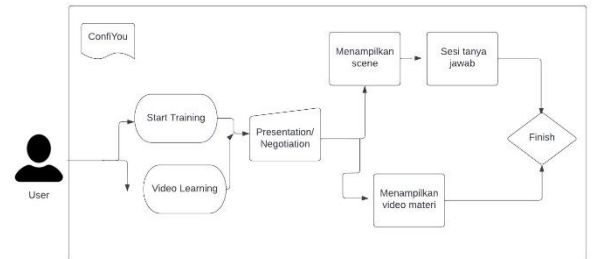
Saat ingin menggunakan aplikasi ini, user akan menggunakan *Google Cardboard VR* untuk penggunaan aplikasi. Dengan akses menggunakan perangkat lunak *Unity* untuk melakukan simulasi pelatihan keterampilan presentasi dan negosiasi.

Di dalam aplikasi tersebut, penggunaan kamera 360 derajat sebagai media untuk menampilkan bentuk pertanyaan yang terasa *real* atau nyata. Didukung dengan adanya video learning berupa materi teknik presentasi maupun negosiasi.

Dengan arsitektur ini, fitur yang tersedia dapat membantu para pelaku UMKM untuk melatih kepercayaan diri, kenyamanan serta siap dalam berpresentasi maupun negosiasi menggunakan bahasa Inggris.

Berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah dianalisis,

fitur-fitur dalam aplikasi dapat disajikan dalam use case diagram seperti tampak pada Gambar 3.2. Terdapat dua faktor, yaitu user dan sistem. Sistem akan menampilkan scene presentasi dan negosiasi, memberikan pertanyaan pada saat presentasi atau negosiasi melalui audien atau calon investor. User akan menjawab pertanyaan secara bertahap hingga selesai dan dapat mengakhiri simulasi presentasi atau negosiasi.



Gambar 2. Use Case Diagram

User dapat memilih mode presentasi atau negosiasi, kemudian melakukan presentasi atau negosiasi. Jika user memilih presentasi, maka sistem akan menampilkan scene berupa auditorium, dan posisi user berada di panggung. User melakukan presentasi sesuai dengan waktu yang diberikan. Kemudian user menjawab pertanyaan - pertanyaan yang diberikan oleh audiens. Jika user memilih negosiasi, maka sistem akan menampilkan scene berupa ruangan rapat di kantor. User menjawab setiap pertanyaan - pertanyaan yang diberikan oleh calon investor. User dapat memilih fitur video learning untuk bahan pembelajaran atau pelatihan, sehingga dapat memudahkan serta dapat membuka materi terlebih dahulu sebelum melakukan simulasi.

C. *Kebutuhan Pengembangan Aplikasi*

Untuk mengimplementasikan aplikasi sesuai rancangan yang telah dibuat, dibutuhkan perangkat keras dan perangkat lunak berikut.

TABEL I. KEBUTUHAN HARDWARE DAN SOFTWARE

Hardware	Software
Laptop Asus VivoBook A409FJ: Intel Core™ i5 dan RAM 12GB: Laptop Asus X441UA: Intel Core™ i3 dan RAM 4GB Smartphone Xiaomi Redmi Note 9: layar 6.53” dan RAM 4GB Google VR Cardboard Bluetooth Wireless Gamepad Kamera RICOH THETA V	Unity 2019.4 Speech Recognition using Google Cloud Github Desktop (authorize with Github/Git LFS)

IV. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bagian ini menjelaskan implementasi aplikasi, hingga pengujian yang dilakukan, yaitu pengujian fungsionalitas dan pengujian ke pengguna.

A. *Implementasi Aplikasi*

Aplikasi *ConfiYou* adalah aplikasi yang ditujukan untuk pengusaha UMKM. Aplikasi ini diimplementasikan di *Unity Studio* dengan menggunakan pendekatan *single project multiple modules*. Implementasi ini juga dilakukan dengan menggunakan *Unity Asset* serta *Unity Script* dengan struktur

kode yang telah disusun serta package-package yang sudah dibuat sesuai dengan yang disusun.



Gambar 3. Aplikasi hasil implementasi

Karena telah melewati beberapa tahap berupa bimbingan, review dan lain-lain. Maka ada nya saran serta perbaikan yang dilakukan terhadap aplikasi ConfiYou, proses perancangan telah melibatkan berbagai pihak mulai dari dosen pembimbing, hingga dosen reviewer, dalam hal ini ada perubahan yang cukup signifikan. Berupa perubahan tampilan UI pada aplikasi, serta beberapa fitur pada aplikasi.

Dengan beberapa perubahan dari rancangan terhadap yang sudah di implementasi, maka tampilannya seperti pada gambar 3. Ketika melakukan implementasi aplikasi, terdapat perubahan fitur dengan yang sebelumnya sudah dirancang seperti yang sudah dijelaskan di atas. Hanya saja, beberapa hal seperti perubahan UI/UX serta fitur-fitur seperti di atas baru terpikirkan setelah rancangan diimplementasikan. Dari sisi non-teknis, asset unity yang dibutuhkan sudah sesuai dengan yang diimplementasikan, serta kendala pengujian terhadap target pengguna yang perlu dilakukan dengan cakupan yang lebih luas agar terciptanya pengalaman, serta adanya saran dari pengguna untuk aplikasi ConfiYou kedepannya.

B. Pengujian Aplikasi

Pengujian fungsionalitas aplikasi dilakukan dengan metode black box. Pengujian diawali dengan membuat skenario test untuk setiap fitur aplikasi, lalu menerjemahkan skenario tersebut ke dalam *instrumentation test*. Seluruh pengujian aplikasi ini dilakukan menggunakan smartphone Xiaomi Redmi Note 9 dan sistem operasi Android 11.1.

Setelah uji fungsionalitas mendapatkan hasil yang valid, pengujian dilanjutkan dengan Pengujian ke pengguna dilakukan dengan metode *usability test*. Proses pengujian diawali dengan membuat kuesioner di Google Form, lalu menyebarkan kuesioner tersebut ke responden. Kuesioner diberikan kepada target pengguna aplikasi yaitu SDM UMKM dibawah naungan Rumah BUMN Kota Bandung, kuesioner dibuat dengan berisi 7 pertanyaan mengenai efektifitas aplikasi, kegunaan aplikasi serta kepuasan terhadap tampilan aplikasi dengan menggunakan sistem penilaian berupa skala

likert.

Sebelum mengisi survei yang diberikan, pengguna akan diarahkan untuk mengunduh dan menginstall aplikasi ConfiYou terlebih dahulu. Sebelum mencoba aplikasi ConfiYou, pengguna akan diarahkan untuk melihat demo aplikasi agar pengguna dapat memahami fungsionalitas dan cara penggunaan aplikasi ConfiYou. Setelah pengguna sudah melihat dan mencoba untuk menggunakan aplikasi ConfiYou, selanjutnya akan diarahkan untuk mengisi kuesioner. Setelah pengisian kuesioner telah dilakukan, maka akan ada perhitungan hasil kuesioner dengan skala Likert. Terakhir, dilakukan interpretasi hasil perhitungan.

Pengujian dilakukan dengan responden sebanyak 8 orang terdiri dari SDM UMKM yang dinaungi oleh Rumah BUMN Kota Bandung. Berikut merupakan hasil pengujian ke pengguna untuk aplikasi ConfiYou dengan metode skala likert terhadap responden. (SEMENTARA)

V. KESIMPULAN

Berdasarkan aplikasi yang telah dibangun dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ConfiYou merupakan sarana pelatihan serta keterampilan presentasi dan negosiasi yang bertujuan untuk membangun kepercayaan diri para pengusaha UMKM dalam mengenalkan maupun mempresentasikan produk usaha mereka dengan menggunakan bahasa inggris. Selain itu, aplikasi ConfiYou dapat membantu para pengguna yang ingin melatih keterampilan mereka kapan saja dan tidak perlu mengadakan workshop, meminjam atau menyewa ruangan yang akan dipakai untuk presentasi serta negosiasi dan menyediakan modul untuk pembelajaran bagaimana penggunaan bahasa inggris maupun melatih mereka dalam memperkenalkan suatu produk pada aplikasi ConfiYou.

Dengan demikian, aplikasi ConfiYou telah dibangun sesuai dengan yang diinginkan serta pastinya akan ada pengembangan kembali untuk menyempurnakan aplikasi ini dan tidak akan berhenti di tugas akhir saja. Aplikasi ConfiYou akan berguna bagi para pengusaha UMKM, karena sesuai data yang sudah didapat, sekitar 98% masih kurang dalam keterampilan berbahasa inggris, diketahui bahwa produk-produk mereka tidak hanya dikenal di wilayah nasional, tetapi dilirik pula oleh kalangan luar (luar negeri).

REFERENSI

- [1] Idris Yanto Niode, "Sektor UMKM di Indonesia," [Online]. Available: <https://repository.ung.ac.id/get/kms/9446/Jurnal-Sektor-UM-Di-Indonesia-Profil-Masalah-Dan-Strategi-Pemberdayaan.pdf>.
- [2] Lili Marlinah, "Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Di Tengah Pandemi Covid 19," [Online]. Available: <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/644>.
- [3] Sherman, W. R., & Alan B.C., 2003. Understanding Virtual Reality Interface, Application, and Design. USA: Elsevier Science.
- [4] Thierauf, R.J., 1995. Virtual reality Systems for Business. USA: Greenwood Publishing Group, Inc
- [5] Unity.com, "Create with VR," [Online]. Available : <https://learn.unity.com/course/create-with-vr>
- [6] Unity.com, "Play 360 video with Unity," [Online]. Available : <https://learn.unity.com/tutorial/play-360-video-with-a-skybox-in-unity>
- [7] S. Muheramtohad, "Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia," *MUQTASID J. Ekon. dan Perbank. Syariah*, vol. 8, no. 1, p. 95, 2017, doi: 10.18326/muqtasid.v8i1.95-113.

- [8] Gallo, Carmine. 2010. "Rahasia Presentasi Steve Jobs : Bagaimana tampil luar biasa hebat di depan setiap *audiens*". Jakarta : Erlangga, http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/18826/DR.%20Yusuf%20Hamdan%2C%20Drs.%2C%20M.Si_LAPF_Nov%202016_Keterampilan%20Presentasi%20Bisnis%20Dalam%20pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [9] Titik Sari, SMK PGRI Rogojampi Banyuwangi. 2020. "Presentasi Bisnis"<https://files1.simpkb.id/guruberbagi/rpp/160254-1601556924.pdf>
- [10] Aster Pujaning Ati, "Keterampilan berbicara dalam negosiasi," *Journal Applied Business and Economics*. Volume 1 Nomor 3 Maret 2015. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/1405/1118>
- [11] A. H. Fauzi and A. A. Gozali, "Virtual Reality to Promote Tourism in Indonesia," *J. Sist. Komput.*, vol. 5, no. 2, pp. 47–50, 2015, [Online]. Available: <http://jsiskom.undip.ac.id/index.php/jsk/article/view/86>.
- [12] Faizal Zuli, "Rancang Bangun Augmented Dan Virtual Reality Menggunakan Algoritma Fast Sebagai Media Informasi 3D Di Universitas Satya Negara Indonesia," *J.Algorithm. Log. dan Komputasi*, vol.1, no.2, pp. 94-104, 2018.