**Oke, pertanyaan besarnya nanti setelah lulus bagaimana?**

Pertanyaan semacam ini sudah menjadi hal klasik yang akan sering kalian dengar saat menjalani perkuliahan di jurusan antropologi, tetapi sesungguhnya apa sih yang bisa kita aplikasikan dari ilmu ini nanti kelak setelah kita lulus? Baiklah, saya akan mencoba menjelaskan hal ini berdasarkan pengalaman pribadi serta hasil diskusi dengan rekan-rekan alumni antropologi yang lain. Hal pertama harus disadari adalah, beruntung bagi kalian yang telah lolos seleksi dan sudah atau akan menjalani perkuliahan antropologi, mengapa demikian? Secara garis besar keilmuan ini sangat aplikatif untuk diterapkan di manapun lingkungan kerja yang membutuhkan penelitian serta pemahaman mendalam terhadap pola perilaku manusia yang nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis atau aktivitas perusahaan.

Saya akan menarik keluar profesi akademis dari tulisan ini, sehingga saya akan lebih berfokus pada ranah profesi di lingkungan korporasi. Biasanya, dalam dunia korporasi, ada beberapa bidang yang secara keilmuan beririsan besar dengan antropologi, sebut saja research dan corporate social responsibility, saya akan menjelaskan secara detail dalam tulisan di bawah.

Research. Dalam sebuah perusahaan, terutama FMCG, automotive, food & beverages, home appliance, dan personal care memiliki departemen yang disebut sebagai market research/market strategy/consumer insight/product development yang secara khusus menciptakan produk baru serta merencanakan strategi pemasaran. Departemen tersebut biasanya secara aktif akan melakukan penelitian kepada konsumen untuk mengetahui bagaimana pola perilaku serta kebutuhan konsumen yang sesua dengan target marketnya. Pola perilaku tersebut dianalisa untuk kemudian dijadikan arahan dalam pengembangan produk atau strategi marketing perusahaan. Berdasar kepada jobdesk tersebut, sangat jelas bagaimana keilmuan antropologi sangat dibutuhkan dalam prosesnya, dan jika kalian mengikuti, salah satu yang sedang menjadi tren saat ini adalah etnografi marketing. Beberapa perusahaan besar sudah mulai menggunakan metode etnografi marketing sebagai tools untuk menganalisa perilaku konsumen langsung dalam situasi dan tempat dimana konsumen tersebut hidup dan menjalani aktivitasnya. Selain di manufaktur, kebutuhan akan sarjana antropologi untuk riset pasar meningkat di perusahaan perusahaan konsultan market research. Kalian dapat mencari tahu langsung informasinya di website-website perusahaan tersebut, beberapa nama besar yang ada di Indonesia seperti TNS, Kadence, Deka, Ipsos.