Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849
e-ISSN: 2548-1398
Vol. 10, No. 2, Februari 2025

# Evaluasi Penerapan Gamification pada Keterlibatan Karyawan di Sistem Informasi Sumber Daya Manusia

**Bayu Adi Prakoso*, Hadziq Fabroyir**
Institut Teknologi Sepuluh November, Indonesia
Email: bayuprakoso.adi@gmail.com*, hadziq@its.ac.id

**Abstrak**

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan perubahan besar dalam lingkungan kerja, termasuk peningkatan kerja dari rumah yang berdampak negatif pada keterlibatan karyawan. Untuk mengatasi masalah ini, berbagai pendekatan telah dicoba, salah satunya adalah gamification, yang menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan gamification dalam sistem informasi sumber daya manusia atau *human resource information system* dalam meningkatkan keterlibatan karyawan. Metodologi pengembangan gamification dalam penelitian ini melibatkan dua iterasi Design Thinking, yang mana iterasi pertama berfokus pada pengembangan fitur berdasarkan delapan dorongan inti kerangka Octalysis, sedangkan iterasi kedua mengkaji fase perjalanan pengguna (*User Journey Phases*). Proses penelitian ini akan mencakup wawancara mendalam, pengujian ketergunaan (*Usability Testing*), dan pengukuran keterlibatan karyawan menggunakan *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES). Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen gamification yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan energi (*vigor*) secara signifikan namun tidak signifikan pada dimensi dedikasi (*dedication*), dan keterlibatan penuh (absorption) karyawan, memberikan wawasan penting bagi manajemen untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan terlibat.

**Kata Kunci:** Gamification, HRIS, Keterlibatan Karyawan, Design Thinking, *Octalysis, Utrecht Work Engagement Survey*.

***Abstract***

*The COVID-19 pandemic has led to significant changes in the work environment, including an increase in remote work, negatively impacting employee engagement. Various approaches have been attempted to address this issue, including gamification, which shows great potential in enhancing employee engagement. This study aims to evaluate the implementation of gamification in Human Resource Information Systems (HRIS) to improve employee engagement. The methodology used in this research involves two iterations of Design Thinking, where the first iteration focuses on developing features based on the eight core drives of the Octalysis framework. In contrast, the second iteration examines the phases of the user journey. The research process includes in-depth interviews, usability testing, and employee engagement measurement using the Utrecht Work Engagement Scale (UWES). The research findings indicate that well-designed gamification elements can significantly enhance energy (vigor) but do not affect on the dimensions of dedication and full engagement (absorption) among employees, providing critical insights for management to create a more productive and engaging work environment.*

***Keywords:*** *Gamification, HRIS, Employee Engagement, Design Thinking, Octalysis, Utrecht Work Engagement Survey*

**Pendahuluan**

Pandemi COVID-19 telah membawa perubahan besar dalam lingkungan kerja, terutama dengan pergeseran ke format kerja dari rumah (work-from-home). Hal ini menyebabkan isolasi sosial dan konflik antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, yang berdampak pada keterlibatan karyawan. Kondisi ekonomi yang tidak stabil dan ketakutan akan kehilangan pekerjaan juga memperburuk motivasi dan keterlibatan mereka. Data dari Gallup menunjukkan bahwa pada tahun 2020, tingkat keterlibatan karyawan global turun menjadi 20%, dibandingkan dengan 22% pada tahun 2019 (Gallup, 2020). Penelitian menunjukkan bahwa format kerja baru ini mempengaruhi psikologis karyawan dan mengurangi keterlibatan mereka dalam pekerjaan (Eniola, 2022).

Selain itu, tren "Quiet Quitting" telah muncul sebagai respons terhadap stres dan ketidakpuasan dalam pekerjaan. Quiet Quitting merujuk pada fenomena di mana karyawan hanya melakukan pekerjaan yang minimal dan tidak berusaha melebihi ekspektasi dasar yang ditetapkan (Caprino, 2022);(Sedarmayanti, 2016). Tren ini menunjukkan bahwa karyawan mencari keseimbangan hidup-kerja yang lebih baik, tetapi juga mencerminkan rendahnya tingkat keterlibatan dan kepuasan kerja. Studi oleh Gallup pada tahun 2022 menunjukkan bahwa sekitar 50% tenaga kerja di Amerika Serikat dapat dikategorikan sebagai "Quiet Quitters" (Harter, 2022);(Wulandari, 2020). Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan telah mencoba berbagai pendekatan baru seperti program pelatihan dan pengembangan karyawan, insentif keuangan, dan pengakuan karyawan. Meskipun demikian, data dari Gallup menunjukkan hingga tahun 2022, hanya 23% karyawan yang terlibat perusahaan, sementara mayoritas karyawan cenderung tidak terlibat atau secara aktif tidak terlibat (Gallup, 2023);(Sinambela, 2018).

Pekerja dengan tingkat keterlibatan rendah diidentifikasi sebagai peluang besar untuk pertumbuhan ekonomi. Gallup memperkirakan bahwa rendahnya keterlibatan menyebabkan kerugian ekonomi global sebesar US$8,8 triliun dan menyumbang 9% dari PDB global (Gallup, 2023). Kondisi ini menunjukkan pentingnya mencari strategi efektif untuk mengoptimalkan tingkat keterlibatan karyawan dan menciptakan lingkungan kerja di mana karyawan merasa terlibat secara penuh dengan pekerjaan mereka menjadi prioritas utama bagi banyak organisasi (Simanjuntak et al., 2021).

Diantara berbagai metode tersebut, gamification muncul sebagai pendekatan inovatif yang menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan karyawan telah terbukti efektif dalam berbagai penelitian. Huotari dan Hamari (2012) menunjukkan bahwa gamification dapat meningkatkan motivasi intrinsik karyawan dengan menciptakan lingkungan kerja yang lebih menyenangkan dan interaktif. Elemen-elemen permainan dalam gamification dapat memenuhi kebutuhan psikologis karyawan seperti kompetensi, otonomi, dan keterkaitan sosial, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan keterlibatan (Hodder, 2020).

Duolingo sebagai salah satu aplikasi pembelajaran bahasa terpopuler, telah membuktikan bagaimana strategi Gamification dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan motivasi belajar. Dalam Duolingo, fitur gamification seperti poin, lencana, tantangan harian, dan level berhasil mendorong pengguna untuk terus berpartisipasi dalam aktivitas belajar secara konsisten. Menurut sebuah studi, pengguna yang berinteraksi dengan fitur *Gamification Duolingo*, 2,5 kali lebih mungkin mencapai tingkat kemahiran bahasa yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak menggunakan fitur tersebut (Daniels, 2024) dan pengguna yang mendapatkan suatu badge dari fitur “streaks” Duolingo, memiliki kemungkinan. 4% lebih besar untuk kembali menggunakan aplikasinya seminggu kemudian (Loh, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa elemen

gamification tidak hanya memberikan kemenangan jangka pendek, tetapi juga meningkatkan motivasi intrinsik dan loyalitas pengguna, sehingga meningkatkan tingkat keterlibatan secara keseluruhan (Apriliani, 2022).

Beberapa perusahaan juga telah sukses menerapkan gamification adalah Microsoft, Deloitte, dan SAP. Microsoft menggunakan gamification dalam program pelatihan mereka untuk meningkatkan partisipasi dan retensi informasi di antara karyawan. Deloitte mengimplementasikan gamification dalam platform pelatihan mereka, yang menghasilkan peningkatan penggunaan pelatihan sebesar 37%. SAP mengintegrasikan gamification dalam aplikasi Human Resources mereka untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan karyawan (Rinjeni, 2023).

Di sisi lain, banyak organisasi telah mengeksplorasi penggunaan teknologi informasi untuk mengoptimalkan pengelolaan sumber daya manusia. *Human Resource Information System* (HRIS) telah berkembang menjadi alat penting dalam pengelolaan sumber daya manusia, memfasilitasi fungsi-fungsi seperti rekrutmen, pelatihan, dan penilaian kinerja. Perkembangan ini tercermin dalam evolusi pasar HRM di Amerika Serikat, yang mana nilai komponen software dan jasa HRIS telah berkembang secara signifikan dan diproyeksikan akan terusan meningkat dalam beberapa tahun kedepan (Gallup, 2023).

PT XYZ sebagai salah satu pemain kunci pasar *Business to Business* (B2B) solusi HRIS, telah mengembangkan aplikasi HRIS yang berfokus pada optimasi pengelolaan sumber daya manusia. Mengingat pentingnya tingkat keterlibatan karyawan dalam meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja, PT XYZ sangat memperhatikan masalah ini dan sedang berusaha menemukan solusi inovatif untuk mengatasinya dimana salah satu area utama dari penelitian dan pengembangan mereka adalah integrasi fitur *Gamification* dalam sistem HRIS. Fitur ini bertujuan untuk merevolusi reward management system dengan mengindahkan peningkatan keterlibatan karyawan pada sebuah perusahaan (Pedroso et al., 2019);(Valentdra et al., 2023).

Kesuksesan implementasi fitur ini tentunya akan sangat bergantung pada seberapa baik desain Gamification disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan budaya organisasi, karena penting untuk dicatat bahwa Gamification bukanlah solusi ajaib untuk semua masalah keterlibatan karyawan (Siagian, 2021). Gamification merupakan alat yang kuat untuk meningkatkan keterlibatan karyawan, tetapi keberhasilannya sangat bergantung pada bagaimana elemen-elemennya dirancang dan diterapkan dalam konteks spesifik organisasi (Girdauskiene, 2022).

Oleh karena itu, pada penelitian ini, penulis mendokumentasikan bagaimana perancangan ide desain fitur Gamification pada aplikasi HRIS dan menganalisis efektivitas implementasi dalam pengaruhnya terhadap keterlibatan karyawan suatu perusahaan.

Rumusan permasalah 1. Apakah penerapan gamification dapat meningkatkan semangat dan energi (vigor) karyawan dalam bekerja?

2. Bagaimana elemen gamification memengaruhi rasa dedikasi (dedication) karyawan terhadap pekerjaannya?

3. Sejauh mana gamification mampu meningkatkan keterlibatan penuh dan keasyikan (absorption) karyawan dalam tugas-tugas sehari-hari?

penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi PT. XYZ dalam pengembangan aplikasi HRIS saat ini, merancang serta mengimplementasikan prototipe HRIS yang mengintegrasikan elemen gamification, serta mengevaluasi kegunaan (usability) dan keterlibatan karyawan (employee engagement)

terhadap fitur gamification yang diterapkan. Dari sisi manfaat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dengan meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan melalui fitur gamification pada sistem HRIS, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap produktivitas dan efisiensi kerja. Selain itu, implementasi HRIS dengan elemen gamification juga memungkinkan manajemen memperoleh data yang lebih kaya mengenai perilaku dan preferensi karyawan, khususnya di sektor teknologi, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis terkait kebijakan sumber daya manusia. Dari sisi teoritis, penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai penerapan gamification dalam HRIS, yang dapat menjadi referensi bagi peneliti dan praktisi dalam mengembangkan strategi manajemen sumber daya manusia berbasis teknologi informasi, khususnya dalam aspek reward management untuk mencapai tujuan organisasi.

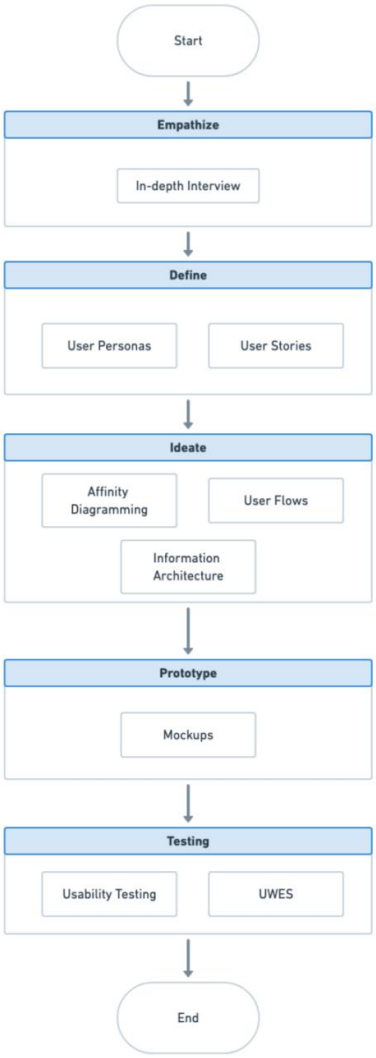
**Metode Penelitian**

Terdapat dua iterasi Design Thinking yang mewakili dua level perancangan fitur gamification dengan menggunakan kerangka pikir Octalysis. Perancangan fitur gamification pada iterasi pertama berfokus pada delapan dorongan inti pengguna sedangkan iterasi kedua lebih menyelami dari sisi perjalanan pengguna dalam menggunakan fitur gamification HRIS. Pada dua iterasi tersebut, dilakukan pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif dengan metode user interview dan survey untuk mendapatkan kebutuhan pengguna dan hasil pengujian. Hasil dari perancangan iterasi pertama nantinya diujikan dengan membuat beberapa skenario pengujian prototipe kepada responden yang kemudian dilakukan survei dengan menggunakan UWES untuk mengetahui tingkat Engagement terhadap hasil perancangan. Kemudian pada iterasi kedua, nantinya pengujian dilakukan dengan menggunakan usability test namun kali ini responden yang dikumpulkan lebih banyak dibanding dengan iterasi pertama untuk meningkatkan validitas hasil. Pengujian pada iterasi kedua juga diperkuat dengan pengaplikasian metode UWES untuk mendapatkan jawaban yang lebih konkret terkait pengaruh perancangan terhadap keterlibatan karyawan. Data pengujian yang dikumpulkan dari iterasi kedua ini, kemudian dianalisis dan dilakukan penarikan kesimpulan dan saran penelitian lanjutan berdasarkan rumusan masalah.




Gambar 1. Kerangka pikir penelitian

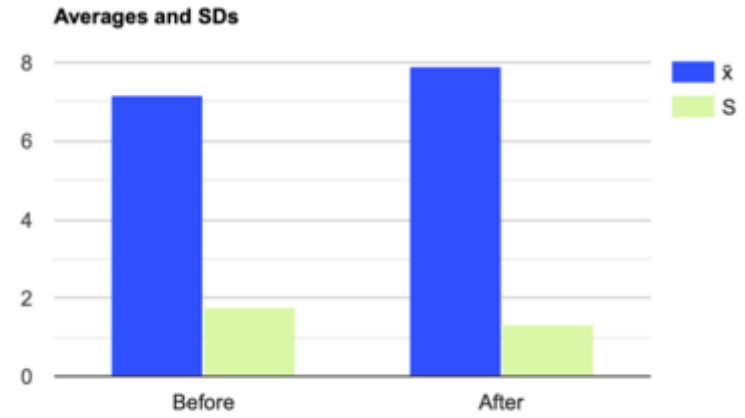
Iterasi pertama dalam perancangan fitur gamification HRIS ini mencakup lima fase dalam Design Thinking versi Stanford Design School yakni Empathize, Define, Ideat, Prototype, dan Test. Kelima fase tersebut dilakukan dengan fokus mendapatkan rancangan desain fitur gamification yang didasarkan pada delapan dorongan inti pengguna yang telah dijelaskan dalam kerangka pikir Octalysis.




## Hasil dan Pembahasan

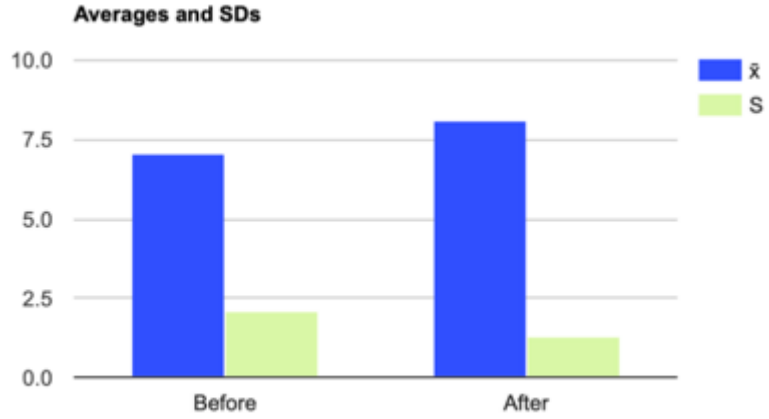
### Analisis Hasil Uji Statistik Variabel Vigor

Uji statistik paired t-test dilakukan dengan memberikan empat pertanyaan terkait dimensi vigor untuk mengukur perbedaan skor pre-test dan post-test setelah penerapan fitur gamification dalam HRIS. Setiap aspek menghasilkan perbedaan yang signifikan, yang menandakan peningkatan pada tingkat vigor karyawan. Pada pernyataan di dimensi vigor pertama (vigor_1), hasil uji menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara skor pre-test ($M = 7.2$, $SD = 1.8$) dan post-test ($M = 7.9$, $SD = 1.3$), dengan $t(59) = 2.51$ dan $p = 0.015$. Efek perbedaan ini memiliki ukuran efek kecil (Cohen's $d = 0.32$), yang mengindikasikan peningkatan yang berarti pada tingkat energi karyawan meskipun efeknya relatif kecil.



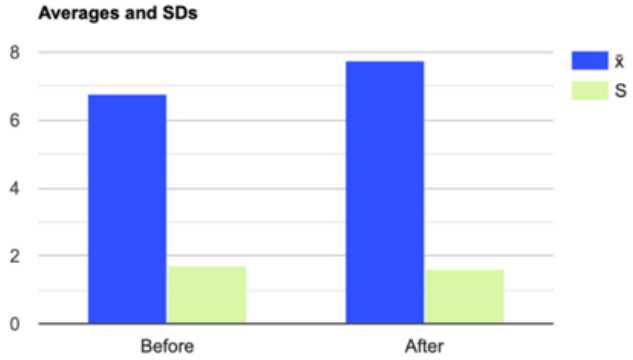

Gambar 1. Rata-rata dan standar deviasi vigor_1

Selanjutnya, vigor_2 menunjukkan peningkatan yang signifikan antara pre-test (M = 7.0, SD = 2.1) dan post-test (M = 8.1, SD = 1.3), dengan t(59) = 3.11 dan p = 0.003. Ukuran efek pada variabel ini juga tergolong kecil (Cohen's d = 0.4), yang mengisyaratkan peningkatan energi yang lebih terasa pada karyawan setelah fitur gamification diterapkan.



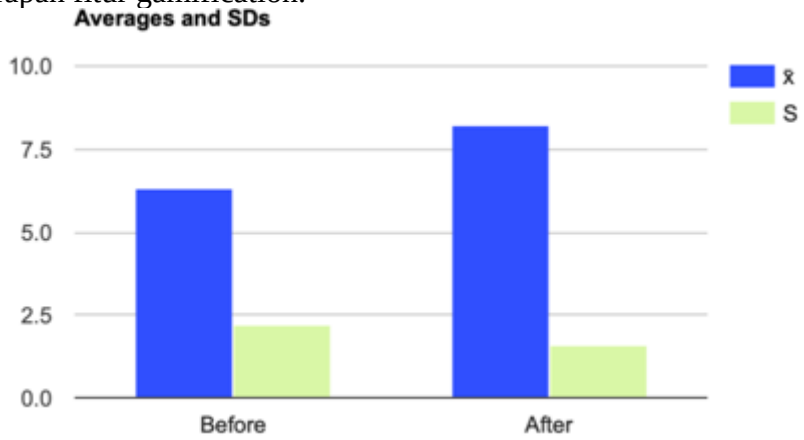

Gambar 2. Rata-rata dan standar deviasi vigor_2

Pada vigor_3, uji paired t-test menghasilkan perbedaan yang signifikan antara skor pre-test (M = 6.8, SD = 1.7) dan post-test (M = 7.7, SD = 1.6), dengan t(59) = 2.84 dan p = 0.006. Ukuran efeknya juga kecil (Cohen's d = 0.37), menunjukkan peningkatan energi pada karyawan, meskipun efeknya tetap relatif terbatas.




Gambar 3. Rata-rata dan standar deviasi vigor_3

Terakhir, pada vigor_4, terdapat perbedaan yang signifikan antara skor pre-test (M = 6.3, SD = 2.2) dan post-test (M = 8.2, SD = 1.6), dengan t(59) = 4.62 dan p < 0.001. Ukuran efek pada variabel ini adalah sedang (Cohen's d = 0.6), yang menunjukkan bahwa aspek ini mengalami peningkatan paling kuat pada tingkat energi dan semangat karyawan setelah penerapan fitur gamification.




Gambar 4. Rata-rata dan standar deviasi vigor_4

Secara keseluruhan, keempat variabel vigor menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah implementasi gamification, dengan vigor_4 memiliki efek paling kuat. Hasil ini mengindikasikan bahwa fitur gamification berhasil meningkatkan energi dan semangat karyawan, terutama dalam aspek-aspek yang lebih terkait dengan motivasi intrinsik.

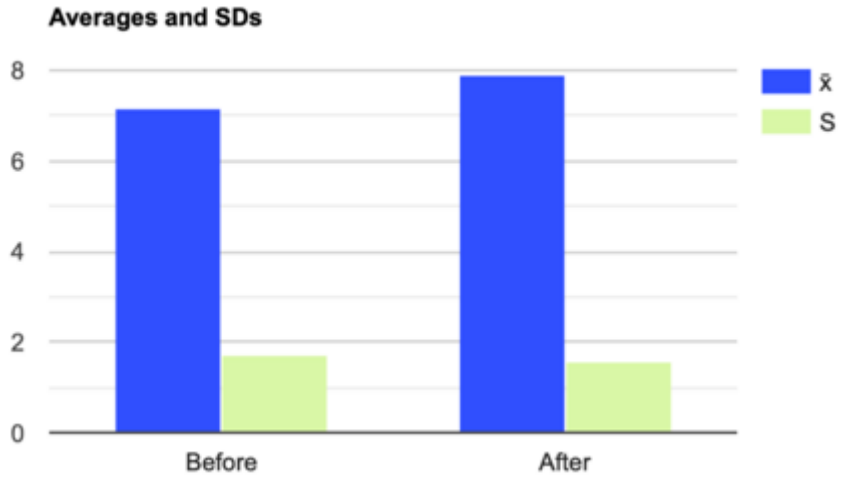
**Tabel 1. Ringkasan Paired T-Test Dimensi Vigor**

| Variabel | Pre-Test Mean (SD) | Post-Test Mean (SD) | t-statistic | p-value | Cohen's d | Interpretasi Ukuran Efek |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Vigor_1 | 7.2 (1.8) | 7.9 (1.3) | 2.51 | 0.015 | 0.32 | Kecil |
| Vigor_2 | 7.0 (2.1) | 8.1 (1.3) | 3.11 | 0.003 | 0.40 | Kecil |
| Vigor_3 | 6.8 (1.7) | 7.7 (1.6) | 2.84 | 0.006 | 0.37 | Kecil |
| Vigor_4 | 6.3 (2.2) | 8.2 (1.6) | 4.62 | <0.001 | 0.60 | Sedang |

**Analisis Hasil Uji Statistik Variabel Dedication**

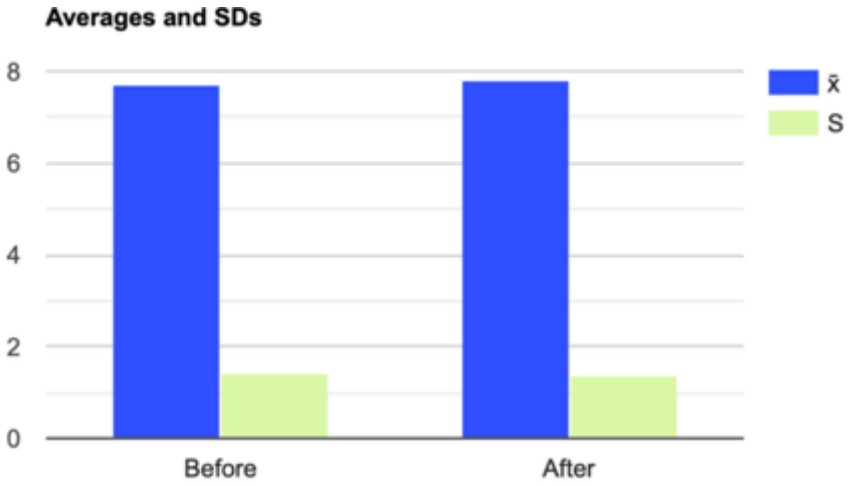
Pada dedication_1, hasil uji menunjukkan perbedaan signifikan antara skor pre-test (M = 7.2, SD = 1.7) dan post-test (M = 7.9, SD = 1.5), dengan t(59) = 2.47 dan p =

0.017. Efek perbedaan ini tergolong kecil (Cohen's d = 0.32), menunjukkan adanya peningkatan pada tingkat dedication, meskipun peningkatan ini berskala kecil.



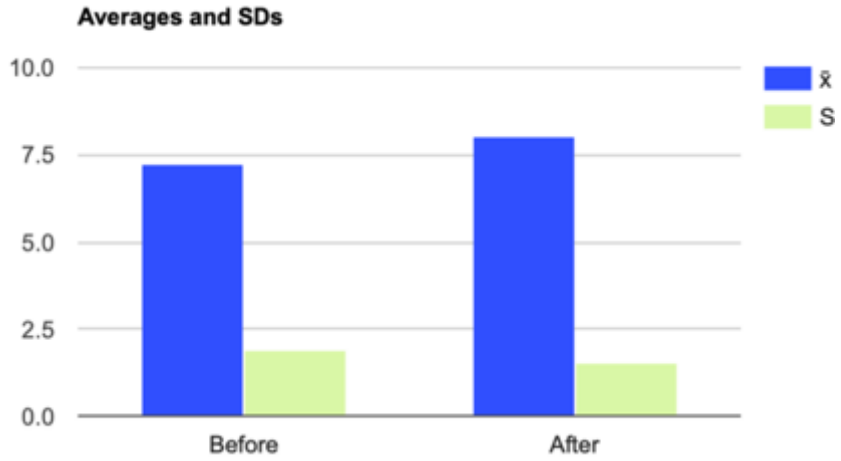

Gambar 5. Rata-rata dan standar deviasi dedication_1

Dedication_2 tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara pre-test (M = 7.7, SD = 1.4) dan post-test (M = 7.8, SD = 1.4), dengan t(59) = 0.33 dan p = 0.741. Efek perbedaannya sangat kecil (Cohen's d = 0.04), menunjukkan bahwa penerapan gamification tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada aspek ini.




Gambar 6. Rata-rata dan standar deviasi dedication_2

Pada dedication_3, terdapat perbedaan signifikan antara pre-test (M = 7.3, SD = 1.9) dan post-test (M = 8.0, SD = 1.5), dengan t(59) = 2.44 dan p = 0.018. Efek perbedaan ini juga kecil (Cohen's d = 0.31), menunjukkan peningkatan dalam keterikatan emosional, meskipun perubahannya relatif kecil.




Gambar 7. Rata-rata dan standar deviasi dedication_3

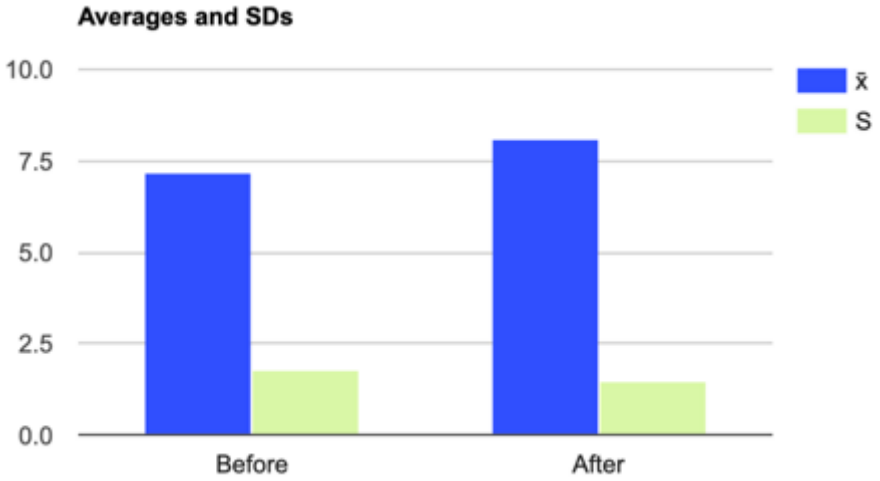
Sedangkan untuk dedication_4, tidak ada perbedaan signifikan antara skor pre-test (M = 7.9, SD = 1.8) dan post-test (M = 7.9, SD = 1.5), dengan t(59) = 0.21 dan p = 0.836. Efek perbedaan sangat kecil (Cohen's d = 0.03), yang menunjukkan bahwa tidak ada perubahan berarti pada aspek ini setelah penerapan gamification. dari empat variabel dedication, dua variabel (dedication_1 dan dedication_3) menunjukkan peningkatan paling besar setelah implementasi gamification, meskipun ukuran efeknya kecil. Ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek tertentu dari keterikatan emosional dapat ditingkatkan melalui gamification, namun dampaknya belum menyeluruh pada semua dimensi dedication.

**Tabel 2. Ringkasan Paired T-Test Dimensi Dedication**

| Variabel | Pre-Test Mean (SD) | Post-Test Mean (SD) | t-statistic | p-value | Cohen's d | Interpretasi Ukuran Efek |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Dedication_1 | 7.2 (1.7) | 7.9 (1.5) | 2.47 | 0.017 | 0.32 | Kecil |
| Dedication_2 | 7.7 (1.4) | 7.8 (1.4) | 0.33 | 0.741 | 0.04 | Sangat Kecil |
| Dedication_3 | 7.3 (1.9) | 8.0 (1.5) | 2.44 | 0.018 | 0.31 | Kecil |
| Dedication_4 | 7.9 (1.8) | 7.9 (1.5) | 0.21 | 0.836 | 0.03 | Sangat Kecil |

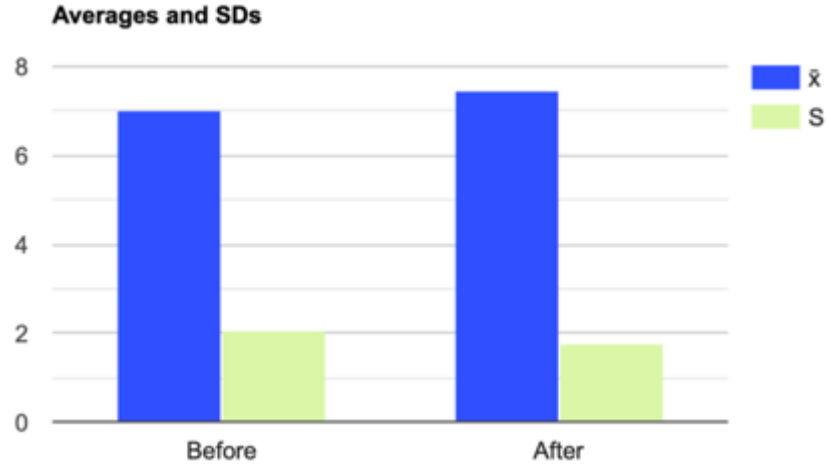
**Analisis Hasil Uji Statistik Variabel Absorption**

Uji statistik paired t-test dilakukan pada empat aspek absorption untuk menguji pengaruh penerapan fitur gamification terhadap keterlibatan penuh (flow) karyawan. Hasil menunjukkan bahwa dua dari empat aspek absorption mengalami peningkatan yang signifikan setelah penerapan gamification, sementara dua aspek lainnya tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Pada absorption_1, terdapat perbedaan signifikan antara skor pre-test (M = 7.2, SD = 1.8) dan post-test (M = 8.1, SD = 1.5), dengan t(59) = 2.81 dan p = 0.007. Efek perbedaan ini tergolong kecil (Cohen's d = 0.36), yang mengindikasikan peningkatan keterlibatan karyawan meskipun efeknya kecil.



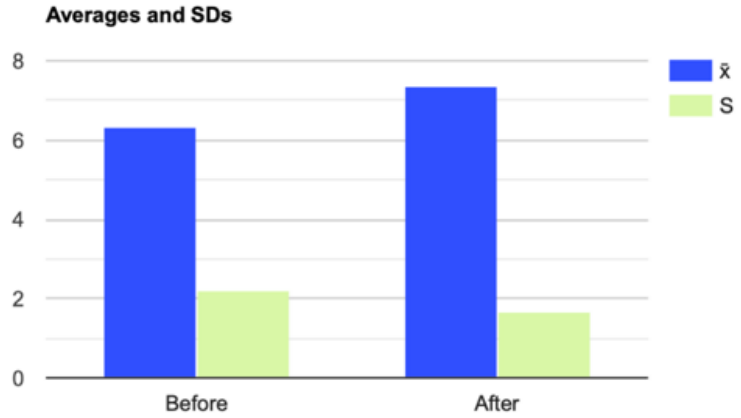

Gambar 9. Rata-rata dan standar deviasi absorption_1

Sebaliknya, absorption_2 tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara skor pre-test (M = 7.0, SD = 2.1) dan post-test (M = 7.5, SD = 1.8), dengan t(59) = 1.14 dan p = 0.258. Efek perbedaannya sangat kecil (Cohen's d = 0.15), yang menunjukkan bahwa fitur gamification tidak memberikan pengaruh signifikan pada aspek ini.




Gambar 10. Rata-rata dan standar deviasi absorption_2

Pada absorption_3, hasil uji menunjukkan perbedaan yang sangat kecil dan tidak signifikan antara pre-test (M = 166.9, SD = 10.6) dan post-test (M = 168.0, SD = 14.4), dengan t(4) = 0.41 dan p = 0.703. Efek perbedaannya juga sangat kecil (Cohen's d = 0.18), yang menunjukkan bahwa pada sampel ini, gamification tidak memberikan pengaruh signifikan. Untuk absorption_4, terdapat perbedaan signifikan antara pre-test (M = 6.3, SD = 2.2) dan post-test (M = 7.4, SD = 1.7), dengan t(59) = 2.82 dan p = 0.006. Efek perbedaannya tergolong kecil (Cohen's d = 0.36), yang mengindikasikan adanya peningkatan signifikan dalam keterlibatan karyawan pada aspek ini.




Gambar 11. Rata-rata dan standar deviasi absorption_4

Hasil analisis menunjukkan bahwa dua dari empat variabel absorption (absorption_1 dan absorption_4) mengalami peningkatan yang signifikan setelah penerapan gamification, meskipun dengan ukuran efek yang kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek tertentu dari keterlibatan penuh karyawan dapat ditingkatkan melalui fitur gamification, terutama dalam hal peningkatan fokus dan keasyikan dalam tugas. Namun, dua variabel lainnya (absorption_2 dan absorption_3) tidak menunjukkan perbedaan signifikan, yang menunjukkan bahwa peningkatan pada dimensi ini belum konsisten di semua aspek.

**Tabel 3. Ringkasan Paired T-Test Dimensi Absorption**

| Variabel | Pre-Test Mean (SD) | Post-Test Mean (SD) | t-statistic | p-value | Cohen's d | Interpretasi Ukuran Efek |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Absorption_1 | 7.2 (1.8) | 8.1 (1.5) | 2.81 | 0.007 | 0.36 | Kecil |
| Absorption_2 | 7.0 (2.1) | 7.5 (1.8) | 1.14 | 0.258 | 0.15 | Sangat Kecil |
| Absorption_3 | 166.9 (10.6) | 168.0 (14.4) | 0.41 | 0.703 | 0.18 | Sangat Kecil |
| Absorption_4 | 6.3 (2.2) | 7.4 (1.7) | 2.82 | 0.006 | 0.36 | Kecil |

**Interpretasi Hasil**

Hasil analisis paired sample t-test menunjukkan bahwa penerapan fitur gamification dalam fitur HRIS meningkatkan beberapa aspek keterlibatan karyawan secara signifikan. Pada dimensi vigor, keempat variabel menunjukkan peningkatan signifikan dengan perbedaan nilai pre-test dan post-test, menunjukkan bahwa gamification berhasil meningkatkan tingkat energi dan antusiasme karyawan. Menunjukkan peningkatan yang signifikan pada vigor_4, terutama dengan tingkat Cohen's d sedang sebesar 0,6. Hipotesis alternatif (H1) diterima untuk setiap elemen kekuatan, dan menunjukkan bahwa gamifikasi meningkatkan semangat dan energi karyawan.

Dari empat variable pada dimensi dedication, hanya dedication_1 dan dedication_3 yang menunjukkan peningkatan yang signifikan pada aspek dedikasi. Meskipun efeknya mungkin kecil, penerapan gamification mungkin meningkatkan keterikatan emosional pada beberapa dimensi. Variabel dedication_2 dan dedication_4 tidak menunjukkan perubahan yang signifikan, menunjukkan bahwa dampak gamification pada aspek dedikasi belum menyeluruh di semua dimensinya. Karena tidak ada perbedaan signifikan, hipotesis nol (H0) diterima. Ini menunjukkan bahwa

gamification hanya dapat meningkatkan keterikatan emosional pada beberapa aspek komitmen, tetapi tidak secara keseluruhan.

Dua variabel absorption_1 dan absorption_4 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam aspek absorption, sementara absorption_2 dan absorption_3 tidak menunjukkan perubahan yang signifikan. Dengan peningkatan ini, kita sekarang tahu bahwa gamification dapat meningkatkan keterlibatan penuh karyawan, terutama dalam hal hal-hal yang terkait dengan fokus dan keasyikan dalam tugas. Namun, ketidaksignifikanan absorption_2 dan absorption_3 menunjukkan bahwa menggunakan gamification tidak selalu dapat meningkatkan keterlibatan di semua aspek absorption.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat peran gamification, yang terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dalam dimensi vigor. Namun, hanya sebagian kecil dampaknya terhadap dimensi dedication dan absorption dan dapat disimpulkan tidak signifikan. Seperti yang ditunjukkan oleh penerimaan hipotesis alternatif (H1) tentang semangat, energi dan motivasi karyawan meningkat secara konsisten. Sementara itu, memerlukan pendekatan lebih khusus untuk meningkatkan dampak gamification pada dimensi dedication dan absorption sehingga dapat menghasilkan pengaruh yang signifikan di semua aspek.

**Dampak Gamification Bagi Manajerial Perusahaan**

Implementasi gamification dalam Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (HRIS) memiliki dampak pada manajemen perusahaan dalam beberapa cara, termasuk beberapa aspek strategis yang mendukung efisiensi operasional dan peningkatan keterlibatan karyawan. Salah satu manfaat implementasi gamification adalah kemampuan HRIS untuk mengumpulkan data yang lebih akurat tentang preferensi dan perilaku karyawan, yang memungkinkan manajemen untuk membuat kebijakan yang lebih sesuai dengan kebutuhan sumber daya manusia perusahaan. Menurut penelitian, gamification meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan dan berdampak pada produktivitas dan retensi karyawan.

Fitur gamification seperti pencapaian, leaderboard, dan penghargaan berbasis loyalitas mendorong karyawan untuk mencapai tujuan kerja dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih kompetitif. Ini meningkatkan budaya perusahaan yang positif dan mendorong karyawan untuk mencapai tujuan organisasi (Eniola, 2022). Dalam jangka panjang, gamification HRIS dapat mengurangi biaya pelatihan dan rekrutmen dengan meningkatkan retensi dan kepuasan karyawan dan mengurangi turnover. Karena itu, fitur-fitur ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada karyawan, tetapi juga membantu rencana bisnis perusahaan secara keseluruhan dengan cara yang lebih efisien.

**Kesimpulan**

Dalam perancangan ini, isu utama yang menjadi perhatian adalah rendahnya tingkat keterlibatan karyawan (employee engagement) di perusahaan secara global, sebagaimana tercatat dalam laporan Gallup 2023, yang menunjukkan tingkat keterlibatan karyawan yang masih rendah di banyak perusahaan.

Dalam mengevaluasi dampak dari penerapan fitur gamification, penelitian ini berfokus pada tiga dimensi dari *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES), yaitu *vigor, dedication, dan absorption*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur gamification yang diterapkan mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap dimensi vigor, yang mencerminkan semangat dan energi dalam bekerja. Namun, tidak ditemukan dampak yang signifikan terhadap dimensi dedication dan absorption, yang mengukur rasa dedikasi dan tingkat keterlibatan penuh karyawan dalam pekerjaannya.

Beberapa elemen gamification yang paling disukai oleh pengguna adalah mission, reward system, achievement, dan trophy. Masing-masing elemen ini mewakili dorongan inti dalam kerangka kerja *Octalysis*, yaitu: Mission, yang mewakili core drives *Unpredictability* & *Curiosity* dan *Scarcity* & *Impatience*, mendorong rasa penasaran dan dorongan untuk mencapai tujuan yang langka atau terbatas. Reward system, yang mewakili *core drives Development & Accomplishment*, memotivasi pengguna untuk merasa berkembang dan mencapai hasil yang belum pernah tercapai sebelumnya. Fitur achievement, yang juga mewakili *core drives Ownership & Possession*, memberikan dorongan untuk meraih pencapaian dan pengakuan atas keberhasilan. Fitur trophy, yang mewakili *core drives Social Influence & Relatedness*, berfokus pada pengaruh sosial dan hubungan antar rekan kerja. Terakhir, tier system, yang mewakili *core drives Ownership & Possession*, memberikan rasa kepemilikan dan kontrol terhadap pencapaian atau status tertentu dalam gamification.

Hasil ini menunjukkan bahwa perancangan gamification yang mengacu pada kerangka kerja Octalysis dapat efektif dalam meningkatkan keterlibatan karyawan, khususnya pada dimensi vigor, dengan memanfaatkan elemen-elemen yang berfokus pada pencapaian, pengakuan, dan motivasi sosial. Namun, perlu dilakukan penyempurnaan untuk lebih meningkatkan dampak pada dimensi dedication dan absorption.

## DAFTAR PUSTAKA

Apriliani, H. (2022). *Analisis Pengaruh Gamification Dalam Pembelajaran Online Dengan Menggunakan Model ARCS Dan Structural Equation Modeling*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Daniels, B. (2024). How Duolingo Uses Gamification To Improve User Retention (+ 5 Winning Tactics).

Eniola, O. E. (2022). Employee Engagement Outlooks in the Era of COVID-19: Implications for Human Resource Management. *International Journal of Human Resource Studies*, *12*(1), 7191.

Gallup. (2023). *State of the Global Workplace 2023 Report: The Voice of the World's Employees*. Gallup Washington.

Hodder, A. (2020). New Technology, Work and Employment in the era of COVID-19: reflecting on legacies of research. *New Technology, Work and Employment*, *35*(3), 262–275.

Hacking HR Team. (2023). The Power of HRIS: How Technology is Transforming HR Management.

Loh, K. H. (2024). How Streaks Keep Duolingo Learners Committed To Their Language Goals.

Pedroso, T., Cardoso, E., Rações, F., Baptista, A., & Barateiro, J. (2019). Learning Scorecard Gamification: application of the MDA framework. *Information Systems for Industry 4.0: Proceedings of the 18th Conference of the Portuguese Association for Information Systems*, 29–46.

Rinjeni, T. P. (2023). *Perancangan Academic Gamification Model berdasarkan Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) melalui Pre-experimental Design*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Sedarmayanti. (2016). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.

Siagian, A. O. (2021). Sumber Daya Manusia Unggul 4.0. *SDM Unggul Di Industry 4.0*, 17.
Simanjuntak, M., Triharjono, B. A., Banjarnahor, A. R., Sari, O. H., Purba, S., Hasibuan, A., Harizahayu, H., Purba, B., Handiman, U. T., & Ismail, M. (2021). *Perancangan Organisasi dan Sumber Daya Manusia*. Yayasan Kita Menulis.
Sinambela, L. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
Valentdra, R., Young, J. C., & Hansun, S. (2023). Pembangunan Aplikasi Pembelajaran Prinsip Desain Menggunakan Framework Gamifikasi Octalysis. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, *17*(1), 86–92.
Wulandari, F. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gerbang Media Aksara.

**Copyright holder:**
Bayu Adi Prakoso, Hadziq Fabroyir (2025)

**First publication right:**
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**