

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia sedang mengalami revolusi industri yang dikenal sebagai revolusi industri 4.0, dimana banyak aktivitas dilakukan secara digital. Revolusi industri generasi keempat ditandai dengan berkembangnya *Internet of Things* yang diikuti teknologi baru dalam data sains, kecerdasan buatan, robotik, *cloud*, cetak tiga dimensi, dan teknologi nano (Kagermann, et. al, 2013). Kehadiran revolusi industri 4.0 memberi kesempatan untuk Indonesia berinovasi. Revolusi yang fokus pada pengembangan ekonomi digital dinilai menguntungkan bagi Indonesia. Ekonomi digital menjadi peluang kerja dimana akan menciptakan masyarakat bisnis yang mandiri dan kreatif dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Pada Februari 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan jumlah pengguna internet pada tahun 2017 mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang. Internet telah menjadi bagaian integral dalam keseharian masyarakat. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi digital. Ini terlihat dari aktifitas digital penduduk Indonesia cukup tinggi seperti pemanfaatan teknologi dan internet sebagai sarana belajar, komunikasi di sosial media, sampai pelebaran sayap bisnis online yang didukung oleh pemerintah. *We are social* yaitu perusahaan global agensi marketing sosial pada Januari 2017 melaporkan

bahwa penetrasi *e-commerce* di Indonesia selama 2016 sebesar 9% dari total populasi, dengan pangsa pasar mencapai US\$ 5,6 miliar atau sekitar Rp 76 triliun. Nilainya memang masih rendah, namun dengan kecenderungan pengguna internet yang terus meningkat, Indonesia dapat menjadi pasar potensial bagi ekonomi digital.

Penduduk berusia muda yang lahir di era 90-an atau biasa disebut dengan *digital native* menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi. Mereka menggunakan teknologi sebagai sarana belajar, berkomunikasi dan juga hiburan (Prensky, 2001). Perangkat mobile dan media sosial akan berperan penting dalam aktivitas keseharian. Permintaan layanan berbasis teknologi digital juga akan meningkat drastis. *Digital native* mendominasi *digital workforce*, yaitu tenaga kerja yang banyak mengembangkan kemampuan teknologi mereka dalam dunia pekerjaan. Mereka menggunakan teknologi untuk mempermudah pekerjaan mereka dan memudahkan koordinasi dalam tim sehingga pekerjaan akan lebih efektif.

Di antara yang paling jelas dari kompetensi *digital workforce* adalah kemampuan dan kenyamanan mereka dalam mencapai hasil yang diinginkan menggunakan teknologi, sering disebut sebagai "*digital fluency*" (Briggs & Makice, 2012). *Digital fluency* tidak hanya sekedar mengetahui cara menggunakan beberapa program atau aplikasi dasar, tetapi mereka yang fasih secara digital telah mencapai tingkat kemahiran yang memungkinkan mereka untuk memanipulasi informasi, membangun ide, dan menggunakan teknologi untuk mencapai tujuan strategis (Hsi, 2007). Angkatan kerja yang mempunyai

digital fluency disamping mempunyai keahlian dalam digital, juga harus mampu menyelesaikan pekerjaan mereka dengan baik dengan bantuan teknologi. Oleh karena itu, pemimpin juga harus bisa memotivasi dan mendukung bawahannya agar mereka semangat dalam menyelesaikan pekerjaan mereka.

Salah satu hal yang bisa dilakukan pemimpin atau manajer untuk memotivasi kinerja karyawan adalah dengan menerapkan *gamification*. *Gamification* yaitu penggunaan elemen permainan dan teknik desain *game* dalam konteks *non-game*” (Werbach & Hunter 2012, Deterding et al. 2011). Dengan demikian, *gamification* mencerminkan penggunaan pola pemikiran permainan termasuk mekanisme kemajuan, penghargaan, pemecahan masalah kolaboratif, dan persaingan dalam situasi *non-game* (Deterding et al., 2011; Kapp, 2012). *Gamification* dapat dipahami sebagai salah satu alat motivasi yang secara signifikan berkorelasi dengan hasil yang diinginkan oleh organisasi seperti pencapaian, kesuksesan, dan pencapaian perbedaan dan penghargaan (Kapp, 2012). Jadi *gamification* dalam dunia kerja diharapkan mampu memotivasi para karyawan untuk meningkatkan kreativitas dalam bekerja sehingga pekerjaannya menjadi efektif dan penuh tantangan. Selain itu, konsep *gamification* juga dapat digunakan untuk mengembangkan kompetensi para karyawan di sebuah organisasi yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja mereka.

Pengembangan kompetensi melalui *gamification* meliputi pengembangan *team's softskills* seperti kemampuan berkomunikasi, kemampuan berkolaborasi dan kemampuan berpikir kreatif. Peningkatan *softskills* tersebut di era digital sangat penting dalam pembentukan kualitas karyawan baik secara individu

maupun tim. Oleh karena itu, para manajer harus menciptakan pelatihan yang menarik seperti konsep *gamified training*.

Konsep *gamified training* diberikan sebagai *reward* atas pelatihan yang telah diikuti karyawan. Para karyawan yang mengikuti pelatihan dengan baik dan pencapaian poin tinggi seperti yang dikonsept *gamification*, akan memperoleh *reward* berupa pelatihan yang sesuai dengan kebutuhannya atau pilihan *reward* lainnya. *Reward* yang berupa pelatihan tersebut juga harus sesuai dengan selera peserta sehingga pelatihan dapat diikuti dengan semaksimal mungkin dan mendapat umpan balik berupa peningkatan kinerja. *Gamified training* bertujuan meningkatkan kualitas dan keterampilan para karyawan sehingga mereka akan mendapatkan penjenjangan karir yang lebih baik.

Dampak pelatihan terhadap *team's softskills* dapat bermanfaat bagi individu. Mereka secara individu akan meningkatkan kemampuan inter dan antar personalnya dan berubah menjadi pribadi yang lebih baik. Kemampuan tersebut bisa jadi akan menularkan energi positifnya kepada rekan-rekan kerjanya sehingga menjadikan tim yang positif dan produktivitas kerja pun akan semakin meningkat. Pada akhirnya pengaruh pelatihan ini juga berdampak pada perusahaan karena capaian inovasi-inovasi baru dari kreativitas karyawan yang dapat mengembangkan perusahaan.

Saat ini belum banyak penelitian yang mengkaji tentang dampak spesifik dari *gamified training* sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *gamified training* terhadap kemampuan berkomunikasi, kemampuan berkolaborasi dan kemampuan berpikir kreatif dalam sebuah tim.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah ***Bagaimana meningkatkan team's softskills melalui gamified training?***

Kemudian pertanyaan penelitian (*Research Question*) adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *creative oriented leadership* terhadap *gamified training*?
2. Bagaimana pengaruh *gamified training* terhadap *communication skills*?
3. Bagaimana pengaruh *gamified training* terhadap *creative intelligence*?
4. Bagaimana pengaruh *gamified training* terhadap *collaboration skills*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka diketahui tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara *creative oriented leadership* dengan *gamified training*
2. Mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara *gamified training* dengan *communication skills*
3. Mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara *gamified training* dengan *creative intelligence*
4. Mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara *gamified training* dengan *collaboration skills*.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara teori, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan Manajemen Sumber Daya Manusia terutama tentang *gamified training*.
2. Secara praktis, penelitian ini bertujuan sebagai bahan pengambilan keputusan bagi pihak organisasi yang ingin meningkatkan *team's softskills* melalui *gamified training*.