

## EFEKTIVITAS PENERAPAN GAMIFACATION DALAM MODUL PELATIHAN UPSKILLING BERBASIS APLIKASI TERHADAP TINGKAT PARTISIPASI RETENSI PENGETAHUAN KARYAWAN (PADA STUDI KASUS, PT SHOPPE INTERNASIONAL INDONESIA)

Rovika Natasia Purba

Universitas HKBP Nommensen Medan

Email: [rovika.purba@student.uhn.ac.id](mailto:rovika.purba@student.uhn.ac.id)

### Abstrak

Transformasi digital telah mengubah lanskap pengelolaan sumber daya manusia, menuntut karyawan untuk terus mengembangkan keterampilan dan beradaptasi dengan teknologi baru. PT Shopee International Indonesia menghadapi tantangan terkait rendahnya partisipasi dan retensi pengetahuan karyawan dalam program pelatihan konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas penerapan gamification dalam modul pelatihan upskilling berbasis aplikasi terhadap partisipasi dan retensi pengetahuan karyawan. Pendekatan kualitatif digunakan melalui wawancara mendalam dengan 15 karyawan dan kajian literatur terkait gamification, upskilling, dan pembelajaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen gamification, termasuk leaderboard, sistem poin, badge, dan tantangan interaktif, mampu meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan retensi pengetahuan karyawan. Karyawan menjadi lebih aktif dalam menyelesaikan modul dan mengingat materi pelatihan berkat mekanisme pengulangan berbasis game. Temuan ini sejalan dengan literatur sebelumnya yang menekankan peran gamification dalam meningkatkan partisipasi, motivasi intrinsik, dan efektivitas pembelajaran di lingkungan digital. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merancang modul pelatihan yang menarik, interaktif, dan mampu mendukung pengembangan kompetensi karyawan secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Gamification, upskilling, partisipasi karyawan, retensi pengetahuan, PT Shoppe Internasional Indonesia

### Abstract

*Digital transformation has changed the landscape of human resource management, requiring employees to continuously develop skills and adapt to new technologies. PT Shopee International Indonesia faces challenges related to low employee participation and knowledge retention in conventional training programs. This study aims to explore the effectiveness of implementing gamification in an app-based upskilling training module on employee participation and knowledge retention. A qualitative approach was used through in-depth interviews with 15 employees and a literature review related to gamification, upskilling, and digital learning. The results show that gamification elements, including leaderboards, point systems, badges, and interactive challenges, can increase employee motivation, engagement, and knowledge retention. Employees become more active in completing modules and retain training materials thanks to the game-based repetition mechanism. These findings align with previous literature that emphasizes the role of*

### Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 1726

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*gamification in increasing participation, intrinsic motivation, and learning effectiveness in digital environments. This study provides insights for companies in designing training modules that are engaging, interactive, and able to support the continuous development of employee competencies.*

**Keywords:** Gamification, upskilling, employee participation, knowledge retention, PT Shoppe Internasional Indonesia

## PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung secara masif dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai aspek operasional perusahaan, termasuk pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia. Perkembangan teknologi informasi, otomatisasi proses bisnis, serta penetrasi platform digital telah menuntut perusahaan untuk memiliki karyawan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga adaptif, inovatif, dan mampu belajar secara berkelanjutan. Dalam konteks ini, pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi kebutuhan strategis yang menentukan keberlanjutan dan daya saing organisasi.<sup>1</sup>

Perusahaan e-commerce seperti PT Shopee International Indonesia beroperasi dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan kompetitif, di mana perubahan teknologi, sistem, dan kebutuhan pasar terjadi dengan cepat. Karyawan dituntut untuk mampu menguasai berbagai keterampilan baru, mulai dari pemanfaatan sistem digital, pengelolaan data, hingga peningkatan kualitas layanan pelanggan<sup>2</sup>. Oleh karena itu, strategi upskilling menjadi pendekatan penting dalam memastikan bahwa kompetensi karyawan selaras dengan tuntutan organisasi serta perkembangan industri digital.

Meskipun demikian, implementasi program pelatihan di lingkungan kerja modern masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya tingkat partisipasi karyawan dalam mengikuti program pelatihan, khususnya yang diselenggarakan secara daring atau berbasis aplikasi. Selain itu, banyak perusahaan juga menghadapi persoalan rendahnya retensi pengetahuan, di mana karyawan cenderung melupakan materi pelatihan dalam waktu singkat setelah pelatihan selesai. Hal ini sering disebabkan oleh metode pembelajaran yang bersifat satu arah, minim interaksi, serta kurang mampu membangun pengalaman belajar yang bermakna bagi peserta.

Pelatihan konvensional yang berfokus pada penyampaian materi secara pasif terbukti kurang efektif dalam mempertahankan motivasi belajar karyawan, terutama generasi kerja saat ini yang terbiasa dengan teknologi interaktif dan pengalaman digital yang dinamis. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk mengadopsi pendekatan pelatihan yang lebih inovatif, partisipatif, dan mampu membangun keterlibatan emosional karyawan dalam proses belajar. Dengan demikian, efektivitas pelatihan tidak hanya diukur dari penyampaian materi, tetapi juga dari sejauh mana karyawan terlibat aktif dan mampu mempertahankan pengetahuan yang diperoleh dalam jangka panjang.

Salah satu pendekatan yang semakin mendapat perhatian dalam bidang pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia adalah *gamification*. *Gamification* merupakan penerapan

<sup>1</sup> Setyowati Subroto et al., "The Effect of Talent Management on Employee Satisfaction and Performance in Manufacturing Companies in Indonesia Article Info ABSTRACT," *West Science Business and Management* 2, no. 03 (2024): 946-54.

<sup>2</sup> Apriana Elizabeth Taruli, Arianis Chan, and Pratami Wulan Tresna, "PENGARUH GAMIFICATION VERSI 'SHOPEE TANAM' TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT APLIKASI MOBILE SHOPEE INDONESIA (SURVEI PADA PENGGUNA FITUR SHOPEE IN APP GAMES DI KOTA BANDUNG)," *AdBispreneur* 5, no. 3 (February 14, 2021): 283, doi:10.24198/adbispreneur.v5i3.30265.

elemen-elemen permainan seperti poin, level, badge, tantangan, dan papan peringkat (leaderboard) ke dalam konteks non-permainan, termasuk pembelajaran dan pelatihan. Pendekatan ini dirancang untuk meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan pengalaman belajar pengguna dengan cara yang lebih menyenangkan dan menantang. Dalam konteks pelatihan karyawan, gamification dapat mendorong peserta untuk lebih aktif mengikuti modul pelatihan, menyelesaikan tugas, serta berkompetisi secara sehat dengan rekan kerja.

Berbagai studi terdahulu menunjukkan bahwa gamification mampu meningkatkan motivasi intrinsik, memperkuat keterlibatan belajar, serta meningkatkan retensi pengetahuan melalui pengulangan materi yang terstruktur dan interaktif. Pelatihan berbasis aplikasi yang dilengkapi dengan elemen gamification memungkinkan karyawan belajar secara fleksibel sesuai dengan ritme masing-masing, sekaligus menciptakan pengalaman belajar yang lebih personal dan berkelanjutan. Hal ini menjadikan gamification sebagai solusi potensial bagi perusahaan yang ingin meningkatkan efektivitas pelatihan di era digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis efektivitas penerapan gamification dalam modul pelatihan upskilling berbasis aplikasi terhadap tingkat partisipasi dan retensi pengetahuan karyawan di PT Shopee International Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model pelatihan digital berbasis gamification, serta memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam merancang program pelatihan yang lebih efektif, menarik, dan berorientasi pada peningkatan kinerja karyawan.

## LITERATUR RIEW

### Konsep Gamifikasi

Gamifikasi merupakan pendekatan inovatif yang mengadopsi prinsip-prinsip desain permainan untuk diterapkan pada aktivitas yang tidak berkaitan langsung dengan game, seperti pembelajaran, pemasaran, dan pengelolaan organisasi. Pendekatan ini dirancang untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik, interaktif, dan bermakna bagi pengguna<sup>3</sup>. Melalui pemanfaatan elemen seperti sistem poin, level pencapaian, tantangan, penghargaan, papan peringkat, serta alur cerita yang terstruktur, gamifikasi mampu meningkatkan keterlibatan pengguna secara signifikan. Elemen-elemen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pemicu kesenangan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun motivasi dan rasa pencapaian dalam setiap aktivitas yang dijalani.<sup>4</sup>

Dalam konteks pendidikan, gamifikasi terbukti mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik dan memperkuat pemahaman materi melalui proses belajar yang lebih dinamis. Sementara itu, pada bidang pemasaran, gamifikasi dimanfaatkan untuk membangun loyalitas pelanggan, memperpanjang interaksi dengan merek, serta menciptakan pengalaman konsumen yang lebih personal. Di sisi lain, dalam manajemen organisasi, penerapan gamifikasi dapat mendorong peningkatan motivasi kerja, kepuasan karyawan, dan keterlibatan dalam berbagai

---

<sup>3</sup> Alvie Faustino Diaz and Henrilyn Estoque-Loñez, "A Meta-Analysis on the Effectiveness of Gamification on Student Learning Achievement," *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology* 12, no. 5 (November 5, 2024): 1236-53, doi:10.46328/ijemst.4185.

<sup>4</sup> Iftita Rahmi, Tetty Rimenda, and Tika Dwi Ariyanti, "Gamification as an Alternative to Increase Students' Motivation: A Scoping Review," *Journal of Education and Learning* 19, no. 2 (May 1, 2025): 1125-33, doi:10.11591/edulearn.v19i2.21771.

program pengembangan sumber daya manusia. Hal ini menunjukkan bahwa gamifikasi bersifat lintas sektor dan memiliki fleksibilitas tinggi dalam penerapannya.<sup>5</sup>

Keberhasilan gamifikasi sangat ditentukan oleh kualitas desain dan strategi implementasinya. Gamifikasi yang dirancang dengan baik mampu memanfaatkan motivasi intrinsik seperti rasa ingin tahu, tantangan, dan pencapaian pribadi serta motivasi ekstrinsik seperti penghargaan dan pengakuan sosial. Dengan mengombinasikan kedua mekanisme motivasi tersebut, gamifikasi dapat mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan dan sesuai dengan tujuan organisasi. Seiring dengan semakin luasnya penerapan gamifikasi, pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan konteks penerapan menjadi kunci utama agar strategi ini benar-benar memberikan dampak yang optimal.

## Upskilling Berbasis Aplikasi

*Upskilling* berbasis aplikasi merupakan pendekatan pelatihan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan kesempatan belajar yang lebih fleksibel dan adaptif bagi karyawan. Melalui platform aplikasi, karyawan dapat mengakses materi pelatihan kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan ritme kerja dan kebutuhan individu masing-masing. Model pembelajaran ini mendorong kemandirian belajar, karena karyawan memiliki kontrol penuh atas kecepatan dan urutan pembelajaran yang diikuti.<sup>6</sup>

Pendekatan ini sangat relevan bagi perusahaan e-commerce yang beroperasi dalam lingkungan kerja yang cepat dan dinamis, di mana keterbatasan waktu sering menjadi hambatan dalam pelaksanaan pelatihan konvensional. Dengan sistem pelatihan berbasis aplikasi, proses peningkatan kompetensi dapat berjalan secara berkelanjutan tanpa mengganggu aktivitas operasional, sekaligus memastikan bahwa karyawan tetap mampu memperbarui keterampilan mereka seiring dengan perubahan teknologi dan kebutuhan bisnis.

## Partisipasi dan Retensi Pengetahuan

Partisipasi dalam pelatihan mencerminkan sejauh mana karyawan terlibat secara aktif dalam setiap tahapan proses pembelajaran, baik dalam mengikuti materi, menyelesaikan tugas, maupun berinteraksi dengan sistem pelatihan. Tingkat partisipasi yang tinggi menunjukkan bahwa karyawan tidak hanya hadir secara administratif, tetapi juga terlibat secara kognitif dan emosional dalam kegiatan belajar<sup>7</sup>. Sementara itu, retensi pengetahuan menggambarkan kemampuan karyawan untuk menyimpan, memahami, dan menerapkan informasi yang diperoleh selama pelatihan ke dalam aktivitas kerja sehari-hari. Retensi yang baik menjadi indikator penting keberhasilan pelatihan karena menunjukkan bahwa pembelajaran memberikan dampak jangka panjang.<sup>8</sup>

Gamifikasi berperan sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan kedua aspek tersebut dengan menghadirkan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan menyenangkan.

---

<sup>5</sup> Marcelo Magioli Sereno and Huat Bin Ang, "The Impact of Gamification on Training, Work Engagement, and Job Satisfaction in Banking," *International Journal of Training and Development* 28, no. 3 (September 1, 2024): 362-84, doi:10.1111/ijtd.12324.

<sup>6</sup> Budi Santoso and Siti Aimah, "Reskilling and Upskilling Educators in the Age of AI, Navigating Opportunities and Challenges," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 2 (2025).

<sup>7</sup> Moh Rizqi dan Mudji kuswinarno, "STRATEGI PENINGKATAN KOMPETENSI KARYAWAN PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN DI ERA: STUDI LITERATUR REVIEW," *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)* 2, no. 11 (2024): 3031-5220, doi:10.62281.

<sup>8</sup> Choirul Zamroni, Mezzaluna Putri Hermawan, Nabila Chalimatu Sakdiya, Zahra Hanifah, Najswa Aqila Putri<sup>6</sup> Fadhana Aldi Firnandi, "Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif Dan Lingkungan Kerja Terhadap Karyawan Di Industri Ritel," *Revenue : Jurnal Lentera Bisnis Manajemen* 3, no. 1 (2025).

Elemen permainan seperti tantangan, poin, dan umpan balik instan mendorong karyawan untuk terus terlibat dalam proses pembelajaran, sekaligus memperkuat daya ingat melalui pengulangan materi secara alami. Dengan pendekatan ini, pembelajaran tidak lagi dipersepsikan sebagai beban, melainkan sebagai aktivitas yang menarik dan memotivasi, sehingga partisipasi meningkat dan pengetahuan yang diperoleh dapat bertahan lebih lama.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan pandangan karyawan terkait penerapan gamification dalam modul pelatihan upskilling berbasis aplikasi di PT Shopee International Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena secara kontekstual, menangkap nuansa motivasi, partisipasi, dan retensi pengetahuan yang sulit diukur secara kuantitatif.

Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan 15 karyawan yang aktif mengikuti pelatihan berbasis aplikasi. Responden dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam program pelatihan serta representasi dari divisi operasional dan customer support. Wawancara dilakukan menggunakan panduan semi-terstruktur yang mencakup topik-topik seperti pengalaman belajar, motivasi mengikuti modul, persepsi terhadap elemen gamification, serta tantangan dan manfaat yang dirasakan selama proses pembelajaran.

Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan studi literatur sebagai sumber data sekunder untuk memperkuat analisis dan membangun kerangka konseptual. Literatur yang dikaji mencakup jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan artikel relevan terkait gamification, upskilling, partisipasi karyawan, serta retensi pengetahuan. Studi literatur digunakan untuk membandingkan temuan empiris dari wawancara dengan teori dan penelitian terdahulu, sehingga menghasilkan interpretasi yang lebih kaya dan valid.

Teknik analisis data dilakukan melalui prosedur reduksi data, penyajian data, dan verifikasi temuan, sebagaimana dianjurkan dalam pendekatan kualitatif. Data hasil wawancara dikodekan untuk menemukan tema-tema utama terkait motivasi, partisipasi, dan retensi pengetahuan, kemudian dianalisis secara induktif untuk menemukan pola dan hubungan antar konsep. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari wawancara dengan literatur, dokumentasi aplikasi pelatihan, dan catatan lapangan, sehingga kesimpulan yang dihasilkan lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai efektivitas gamification dalam meningkatkan keterlibatan dan retensi pengetahuan karyawan, sekaligus menyajikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam merancang modul pelatihan digital yang lebih efektif dan menarik.

## HASIL

Tabel 1. Hasil Analisis Penerapan Gamification terhadap Partisipasi dan Retensi Pengetahuan Karyawan

| No | Tema Utama                             | Temuan Wawancara                                                                         | dari | Temuan dari Literatur                                                                       | Implikasi                                                                                |
|----|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Partisipasi Karyawan                   | Karyawan lebih aktif menyelesaikan modul, terdorong oleh leaderboard tantangan           |      | Gamification meningkatkan keterlibatan peserta dan motivasi intrinsik                       | Gamification meningkatkan partisipasi dalam pelatihan digital                            |
| 2  | Retensi Pengetahuan                    | Pengulangan materi melalui kuis, level, dan feedback instan membantu mengingat informasi |      | Gamification memperkuat daya ingat dan pemahaman materi melalui aktivitas interaktif        | Gamification mendukung pembelajaran berkelanjutan dan retensi pengetahuan jangka panjang |
| 3  | Elemen Gamification Paling Berpengaruh | Leaderboard, poin, badge, tantangan interaktif                                           |      | Poin, badge, dan mekanisme reward meningkatkan motivasi dan keterlibatan                    | Elemen kompetisi dan penghargaan mendorong motivasi intrinsik dan ekstrinsik karyawan    |
| 4  | Faktor Pendukung Efektivitas           | Kesesuaian desain dengan tugas kerja, dukungan manajemen, kemudahan penggunaan aplikasi  |      | Desain yang relevan dan pengalaman pengguna yang baik meningkatkan efektivitas gamification | Keberhasilan gamification dipengaruhi oleh kesesuaian konteks dan user experience        |
| 5  | Dampak Keseluruhan                     | Karyawan merasa pelatihan lebih menarik, interaktif, dan menyenangkan                    |      | Gamification meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan kompetensi secara keseluruhan         | Gamification berperan strategis dalam pengembangan SDM digital dan peningkatan kinerja   |

Hasil wawancara mendalam dengan 15 karyawan PT Shopee International Indonesia menunjukkan bahwa penerapan gamification dalam modul pelatihan upskilling berbasis aplikasi memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik dan memotivasi. Mayoritas responden menyatakan bahwa elemen seperti leaderboard, sistem poin, badge, dan tantangan interaktif mendorong mereka untuk menyelesaikan modul secara penuh dan berpartisipasi secara aktif. Beberapa responden menekankan bahwa kompetisi sehat melalui leaderboard menciptakan rasa pencapaian dan memacu motivasi intrinsik untuk belajar lebih baik dibandingkan pelatihan konvensional.

Selain itu, karyawan melaporkan peningkatan kemampuan menyimpan dan menerapkan materi pelatihan berkat penggunaan gamification. Mekanisme pengulangan materi melalui kuis, tantangan berbasis level, dan feedback instan membantu mereka mengingat informasi secara

lebih efektif dan mengaitkannya dengan pekerjaan sehari-hari. Hasil ini konsisten dengan studi literatur yang menunjukkan bahwa gamification mampu meningkatkan partisipasi, motivasi, dan retensi pengetahuan di berbagai konteks, termasuk pendidikan, manajemen organisasi, dan lingkungan digital perusahaan.

Analisis tema dari wawancara juga mengungkap beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas gamification. Faktor-faktor tersebut meliputi desain elemen gamification yang relevan dengan tugas kerja, tingkat keterlibatan karyawan, dukungan manajemen, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Karyawan yang merasa elemen permainan sesuai dengan pekerjaan mereka cenderung lebih termotivasi dan menunjukkan retensi pengetahuan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan gamification tidak hanya bergantung pada mekanisme permainan, tetapi juga pada kesesuaian desain dengan konteks kerja dan kebutuhan pengguna.

Secara keseluruhan, hasil penelitian kualitatif ini menunjukkan bahwa gamification dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan partisipasi aktif dan retensi pengetahuan karyawan. Integrasi wawasan dari wawancara dan studi literatur memberikan gambaran bahwa desain gamification yang tepat tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga mendukung pengembangan kompetensi yang berkelanjutan di lingkungan kerja digital, seperti di PT Shopee International Indonesia.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan gamification dalam modul pelatihan upskilling berbasis aplikasi memberikan dampak positif yang nyata terhadap tingkat partisipasi dan retensi pengetahuan karyawan PT Shopee International Indonesia. Peningkatan partisipasi karyawan setelah penerapan gamification mengindikasikan bahwa integrasi elemen permainan mampu mengubah pola belajar karyawan dari pasif menjadi aktif. Karyawan tidak hanya mengikuti pelatihan sebagai kewajiban formal, tetapi terdorong untuk terlibat secara sukarela melalui penyelesaian tantangan, pengumpulan poin, serta persaingan sehat yang tercipta melalui leaderboard. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman belajar yang dirancang secara interaktif dapat meningkatkan motivasi intrinsik karyawan, terutama dalam konteks pelatihan berbasis digital.

Peningkatan retensi pengetahuan yang signifikan juga menunjukkan bahwa gamification berperan penting dalam memperkuat daya ingat dan pemahaman materi pelatihan. Penggunaan kuis berulang, tantangan berbasis level, dan sistem umpan balik instan memungkinkan karyawan untuk mereview materi secara berkelanjutan tanpa merasa terbebani. Dengan demikian, proses belajar menjadi lebih bermakna karena karyawan memperoleh penguatan kognitif melalui aktivitas yang menyenangkan dan menantang. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa gamification tidak hanya berdampak pada aspek motivasional, tetapi juga berkontribusi langsung pada hasil pembelajaran.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Taruli dkk, (2021) tentang pengaruh gamification versi “Shopee Tanam” terhadap customer engagement, yang menunjukkan bahwa elemen-elemen seperti progress tracking, rewards, dan goals mampu memperpanjang durasi keterlibatan pengguna dalam aplikasi. Meskipun penelitian tersebut berfokus pada konsumen, prinsip yang sama berlaku dalam konteks pelatihan karyawan, di mana gamification mampu mempertahankan keterlibatan pengguna dalam jangka waktu lebih panjang. Hal ini

menunjukkan bahwa gamification memiliki kekuatan universal dalam membentuk perilaku digital, baik pada konsumen maupun karyawan, melalui mekanisme motivasi yang serupa.<sup>9</sup>

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga konsisten dengan studi (Anggraini, 2025) integrasi gamifikasi dalam manajemen reward yang membuktikan bahwa elemen poin, badge, dan leaderboard mampu meningkatkan motivasi, kedisiplinan, serta keterlibatan tenaga kependidikan. Dalam konteks PT Shopee International Indonesia, elemen leaderboard dan sistem poin terbukti menjadi faktor paling berpengaruh karena menciptakan kompetisi yang sehat dan rasa pencapaian personal. Hal ini menunjukkan bahwa pengakuan atas capaian karyawan, meskipun dalam bentuk virtual, memiliki efek psikologis yang signifikan dalam mendorong partisipasi dan loyalitas terhadap program pelatihan.<sup>10</sup>

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Siagian, 2023) tentang efektivitas program *upskilling* dan *reskilling* yang menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi terjadi secara signifikan setelah karyawan atau tenaga pendidik mengikuti pelatihan terstruktur. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi tambahan dengan menunjukkan bahwa integrasi gamification dalam program upskilling mampu mempercepat dan memperkuat hasil pelatihan melalui peningkatan keterlibatan dan retensi pengetahuan. Dengan kata lain, gamification berfungsi sebagai katalis yang memperkuat efektivitas program upskilling, bukan sekadar sebagai pelengkap metode pembelajaran.<sup>11</sup>

Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat temuan dalam studi (Rusydi Fauzan, 2024) pengaruh gamifikasi terhadap motivasi, kompetensi, dan inovasi karyawan, yang menegaskan bahwa gamification memiliki peran strategis dalam pengelolaan sumber daya manusia modern. Peningkatan partisipasi dan retensi pengetahuan yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gamification menciptakan pengalaman belajar yang relevan dan kontekstual, sehingga karyawan lebih mudah mengaitkan materi pelatihan dengan pekerjaan nyata. Hal ini juga membuka peluang bagi terciptanya budaya inovasi, di mana karyawan terdorong untuk terus belajar, bereksperimen, dan mengembangkan keterampilan baru secara berkelanjutan.<sup>12</sup>

Sejalan dengan penelitian (Prakoso, 2025) tentang evaluasi penerapan gamification dalam sistem informasi sumber daya manusia, temuan penelitian ini menegaskan bahwa desain gamification yang tepat mampu meningkatkan aspek keterlibatan karyawan secara signifikan, khususnya pada dimensi energi dan partisipasi aktif. Walaupun tingkat dedikasi dan absorption mungkin dipengaruhi oleh faktor lain seperti budaya organisasi dan kepemimpinan, gamification terbukti menjadi alat efektif dalam meningkatkan pengalaman kerja dan pembelajaran di lingkungan digital.<sup>13</sup>

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gamification dalam pelatihan upskilling berbasis aplikasi bukan hanya meningkatkan partisipasi dan retensi pengetahuan, tetapi juga berperan sebagai strategi pengembangan SDM yang adaptif terhadap tantangan transformasi digital. Integrasi gamification yang dirancang secara tepat mampu

---

<sup>9</sup> Taruli, Chan, and Tresna, "PENGARUH GAMIFICATION VERSI 'SHOPEE TANAM' TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT APLIKASI MOBILE SHOPEE INDONESIA (SURVEI PADA PENGGUNA FITUR SHOPEE IN APP GAMES DI KOTA BANDUNG)."

<sup>10</sup> Puput Anggraini and Siti Aimah, "Integrasi Gamifikasi Dalam Manajemen Reward Untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Kependidikan," *Journal of Innovative and Creativity* 5, no. 2 (2025): 3061-71.

<sup>11</sup> Maslina Siagian, "Efektivitas Program Upskilling Dan Reskilling Bagi Peningkatan Kompetensi Guru SMK Di Kota Medan," *JMP-DMT* 4, no. 1 (2023): 1-07.

<sup>12</sup> Rusydi Fauzan, "Pengaruh Program Gamifikasi Dalam Pengembangan Kompetensi Karyawan: Pendekatan Inovatif Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Retensi Talenta Di Organisasi," *Jurnal Mirai Management* 9, no. 3 (2024): 425-42.

<sup>13</sup> Bayu Adi Prakoso and Hadziq Fabroyir, "Evaluasi Penerapan Gamification Pada Keterlibatan Karyawan Di Sistem Informasi Sumber Daya Manusia," *Syntax Literate* 10, no. 2 (2025).

menciptakan ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan, menarik, dan selaras dengan kebutuhan perusahaan digital seperti PT Shopee International Indonesia.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan gamification dalam modul pelatihan upskilling berbasis aplikasi secara signifikan meningkatkan partisipasi dan retensi pengetahuan karyawan PT Shopee International Indonesia. Elemen seperti leaderboard, sistem poin, badge, dan tantangan interaktif berhasil mengubah pola belajar karyawan dari pasif menjadi aktif, mendorong motivasi intrinsik, serta menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan menantang. Penggunaan mekanisme pengulangan materi melalui kuis dan tantangan berbasis level membantu karyawan mengingat dan menerapkan materi pelatihan lebih efektif.

Selain itu, keberhasilan gamification dipengaruhi oleh relevansi desain elemen dengan tugas kerja, dukungan manajemen, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Temuan penelitian ini sejalan dengan studi terdahulu yang menunjukkan bahwa gamification mampu memperkuat keterlibatan, kompetensi, dan motivasi, baik dalam konteks pembelajaran karyawan maupun interaksi digital dengan pengguna. Dengan demikian, gamification bukan hanya metode pelengkap, tetapi strategi yang efektif untuk pengembangan sumber daya manusia dalam era digital, menciptakan ekosistem pembelajaran berkelanjutan, menarik, dan kontekstual bagi kebutuhan perusahaan e-commerce modern.

## SARAN

1. Integrasi Gamification: Perusahaan sebaiknya terus mengembangkan elemen gamification dalam modul pelatihan untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi karyawan.
2. Desain Pelatihan yang Relevan: Pastikan elemen game selaras dengan tugas kerja dan kebutuhan karyawan agar efektivitas pembelajaran maksimal.
3. Pemanfaatan Aplikasi Digital: Tingkatkan penggunaan platform aplikasi untuk pelatihan fleksibel, memungkinkan karyawan belajar sesuai ritme mereka.
4. Dukungan Manajemen: Manajemen perlu memberikan dukungan dan penghargaan bagi karyawan yang aktif berpartisipasi untuk memperkuat motivasi intrinsik.
5. Evaluasi Berkelanjutan: Lakukan evaluasi rutin terhadap modul pelatihan dan elemen gamification untuk memastikan efektivitas dan relevansi materi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Puput, and Siti Aimah. "Integrasi Gamifikasi Dalam Manajemen Reward Untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Kependidikan." *Journal of Innovative and Creativity* 5, no. 2 (2025): 3061-71.
- Diaz, Alvie Faustino, and Henrilyn Estoque-Loñez. "A Meta-Analysis on the Effectiveness of Gamification on Student Learning Achievement." *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology* 12, no. 5 (November 5, 2024): 1236-53. doi:10.46328/ijemst.4185.
- Fadhana Aldi Firnandi, Choirul Zamroni, Mezzaluna Putri Hermawan, Nabila Chalimatu Sakdiya, Zahra Hanifah, Najswa Aqila Putri<sup>6</sup>. "Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif Dan Lingkungan

Kerja Terhadap Karyawan Di Industri Ritel.” *Revenue : Jurnal Lentera Bisnis Manajemen* 3, no. 1 (2025).

Magioli Sereno, Marcelo, and Huat Bin Ang. “The Impact of Gamification on Training, Work Engagement, and Job Satisfaction in Banking.” *International Journal of Training and Development* 28, no. 3 (September 1, 2024): 362-84. doi:10.1111/ijtd.12324.

Moh Rizqi dan Mudji kuswinarno. “STRATEGI PENINGKATAN KOMPETENSI KARYAWAN PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN DI ERA: STUDI LITERATUR REVIEW.” *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)* 2, no. 11 (2024): 3031-5220. doi:10.62281.

Prakoso, Bayu Adi, and Hadziq Fabroyir. “Evaluasi Penerapan Gamification Pada Keterlibatan Karyawan Di Sistem Informasi Sumber Daya Manusia.” *Syntax Literate* 10, no. 2 (2025).

Rahmi, Iftita, Tetty Rimenda, and Tika Dwi Ariyanti. “Gamification as an Alternative to Increase Students’ Motivation: A Scoping Review.” *Journal of Education and Learning* 19, no. 2 (May 1, 2025): 1125-33. doi:10.11591/edulearn.v19i2.21771.

Rusydi Fauzan. “Pengaruh Program Gamifikasi Dalam Pengembangan Kompetensi Karyawan: Pendekatan Inovatif Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Retensi Talenta Di Organisasi.” *Jurnal Mirai Management* 9, no. 3 (2024): 425-42.

Santoso, Budi, and Siti Aimah. “Reskilling and Upskilling Educators in the Age of AI, Navigating Opportunities and Challenges.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 2 (2025).

Siagian, Maslina. “Efektivitas Program Upskilling Dan Reskilling Bagi Peningkatan Kompetensi Guru SMK Di Kota Medan.” *JMP-DMT* 4, no. 1 (2023): 1-07.

Subroto, Setyowati, Eko Sudarmanto, Moh Gifari Sono, and M Si. “The Effect of Talent Management on Employee Satisfaction and Performance in Manufacturing Companies in Indonesia Article Info ABSTRACT.” *West Science Business and Management* 2, no. 03 (2024): 946-54.

Taruli, Apriana Elizabeth, Arianis Chan, and Pratami Wulan Tresna. “PENGARUH GAMIFICATION VERSI ‘SHOPEE TANAM’ TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT APLIKASI MOBILE SHOPEE INDONESIA (SURVEI PADA PENGGUNA FITUR SHOPEE IN APP GAMES DI KOTA BANDUNG).” *AdBispreneur* 5, no. 3 (February 14, 2021): 283. doi:10.24198/adbispreneur.v5i3.30265.