

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Mesin POS

Sistem terkomputerisasi yang ditunjuk sebagai titik penjualan dan digunakan untuk mencatat penjualan menggunakan campuran perangkat keras dan perangkat lunak. Selain itu mesin (POS) menawarkan proses manajemen penjualan yang sederhana dengan beberapa fitur canggih yang komprehensif.

Point of Sales (POS) Biasa digunakan oleh bisnis ritel, manufaktur dan restoran untuk mendukung bisnisnya. Perusahaan besar menuntut pekerjaan manajemen inventaris yang cepat dan akurat, yang hanya dapat dicapai dengan sistem dan tidak dapat dilakukan secara manual. Selain itu, bisnis besar memerlukan kemampuan untuk mencetak berbagai bentuk faktur dan catatan sebagai keperluan keuangan perusahaan selain kuitansi kecil.

Mesin POS memiliki perangkat keras yang berbeda-beda tergantung kebutuhan pemakaian seperti *credit card reader*, *cash drawer*, *receipt printer*, *barcode scanner* dan sebuah mesin yang berbentuk Monitor yang telah dilengkapi dengan CPU.



Gambar 2.1. Foto satu set mesin POS (sumber: noaharkindo.id, 2020)

Seiring berjalannya waktu, fungsi mesin POS berkembang lebih dari sekadar mencatat transaksi hingga mencakup hal-hal seperti:

- Membuat laporan penjualan dan pembelian

- Mengidentifikasi produk yang terjual dengan cepat dan lambat
- Menyimpan informasi pelanggan dan barang
- Menghitung untung dan rugi
- Menghitung persediaan barang

2.1.1.1 Perbedaan Mesin POS dan Mesin Kasir

Mesin kasir adalah perangkat elektronik non-komputer yang dioperasikan secara manual dan digunakan untuk mencatat penjualan dan menyimpan uang tunai. Fungsi mesin kasir sendiri masih terbatas. Di sisi lain, sistem Point of Sales adalah sebuah paket perangkat keras dan perangkat lunak berbentuk komputer atau gadget yang dapat melakukan tugas tambahan selain pencatatan transaksi. Berikut merupakan tabel perbandingan fitur mesin POS dan mesin kasir:

Tabel 2.1. Tabel perbandingan mesin POS dan mesin kasir (sumber: jurnal.id)

Mesin POS	Mesin Kasir
Laci uang tunai.	Laci uang tunai.
Pencetak struk.	Pencetak struk.
Pembaca barcode.	Pembaca barcode.
Tombol NS (No Sale).	Tombol NS (No Sale) dan password.
Penjualan Sederhana	Pembaca kartu kredit.
	Timbangan digital.
	Manajemen staf dan konsumen.
	Manajemen persediaan stok barang.
	Laporan penjualan mendetail.
	Sistem dengan basis cloud.
	Layar sentuh.
	Terhubung dengan software akuntansi dan software lain



Gambar.2.2. Mesin POS (kiri), Mesin kasir (kanan)

(sumber: hockeycomputindo.com, 2010)

2.1.1.2. Komponen Perangkat Keras Mesin POS

Mesin POS memiliki beberapa komponen perangkat keras pendukung yang membantu jalannya kegiatan operasional dengan fungsi yang berbeda-beda, berikut merupakan komponen-komponen yang biasa terdapat pada mesin POS:

2.1.1.2.1. Monitor

Monitor merupakan bagian utama pada mesin POS yang digunakan untuk melakukan transaksi. Terdapat dua jenis monitor yakni *touchless interface* dan *untouchless interface* yang masih menggunakan mouse, mesin pos jenis ini biasanya masih membutuhkan CPU yang terpisah dari monitor

2.1.1.2.2. Cash Drawer

Merupakan tempat penyimpanan uang yang terhubung langsung pada monitor, *cash drawer* yang diprogram untuk terbuka secara otomatis ketika proses transaksi jual beli memasuki tahap pembayaran.

2.1.1.2.3. Barcode scanner

Pada perusahaan ritel *barcode scanner* digunakan untuk memindai *barcode* yang ada pada produk guna mengetahui harga sebuah produk serta melakukan sinkronisasi pada jumlah stok toko yang tersedia dengan barang yang terjual. Sedangkan pada usaha kuliner, *barcode scanner* biasa digunakan untuk memindai *barcode* yang ada pada struk belanja guna mendata pesanan yang telah selesai dibuat.

2.1.1.2.4. Receipt Printer

Merupakan mesin yang mencetak struk hasil belanja maupun laporan keuangan dan laporan produk yang terjual.

2.1.1.2.5. Electronic Data Capture

Perangkat ini memanfaatkan kartu debit atau kredit sebagai pembayaran, teknik pembayaran ini mengambil data elektronik yang terhubung dengan perbankan. Sistem perbankan mengeluarkan mesin EDC agar dapat terhubung secara otomatis ke server perbankan. Perangkat ini juga dapat menautkan rekening dari bank yang berbeda.

2.1.1.2.6. Agregator

Agregator adalah mesin pihak ke-3 yang mengumpulkan berbagai bisnis, jasa, ataupun sistem yang digunakan untuk mendukung bisnis yang berguna bagi jasa mereka. Perusahaan yang menyewakan layanan agregator biasanya merupakan perusahaan penyedia jasa seperti Gojek, Grab, dan Shopee.

2.1.1.3. Mesin POS CHIGO

Chigo dalam kegiatan operasionalnya menggunakan bantuan mesin kasir dengan teknologi *touchless* yang diproduksi pada tahun 2013 milik perusahaan multinasional yang berasal dari filipina, yaitu QUINOS. Di indonesia nama perusahaan tersebut terdaftar sebagai PT. Quinos Pos Teknologi dan bermitra dengan perusahaan IT dari filipina (EasyPOS Solutions Inc.) dan australia (Vertu Technology).

Mesin POS QUINOS yang digunakan di chigo memiliki komponen-komponen yang sama dengan mesin pos pada umumnya yaitu berupa *credit card reader, cash drawer, receipt printer, barcode scanner, aggregator, dan edc.*

POS QUINOS sendiri memiliki spesifikasi sebagai berikut:

- *Processor: Intel Celeron Processor J1900*
- *RAM: 1 x 2GB DDR3 RAM Standard (optional 1 x 4 GB DDR3 RAM)*
- *Power Supply: 100-240V / 3.5A 47~63Hz*

- *Hard Drive: 32 GB M-SATA*
- *Microsoft Windows XP Professional*
- *15" (Diagonal) LVDS LCD Touch Screen (Water-Resistant)*
- *Quinos Retail POS Software*

Selain itu POS QUINOS juga memberikan banyak sekali fitur yang dapat digunakan oleh perusahaan penyewa, beberapa diantaranya:

- Tata letak meja

Fitur *Layouting* meja yang dapat disesuaikan dengan kondisi tata letak meja yang sebenarnya dengan menggunakan status warna yang dapat menunjukkan meja yang tersedia, ditempati, dipesan, dan yang ingin melakukan pembayaran.

- Poin Keanggotaan dan Loyalitas

Perusahaan dapat menghadahi pelanggan dengan poin setiap kali pelanggan melakukan transaksi, dan poin yang terkumpul dapat ditukarkan dengan kupon digital di kemudian hari.

- Tingkat Otorisasi

Setiap *staff* dapat memiliki pengaturan tingkat otorisasi tersendiri. sehingga memastikan bahwa karyawan hanya dapat mengakses fungsi POS tertentu yang diizinkan guna meningkatkan keamanan data perusahaan.

- Manajemen Stok

Quinos akan mengurangi data stok setiap kali ada produk yang terjual sesuai resep, ini akan membantu perusahaan untuk menjaga tingkat stok setiap waktu dan mengetahui barang yang hampir habis.

- Laporan Konsolidasi Kantor Pusat

Semua transaksi penjualan secara otomatis disinkronkan kembali ke kantor pusat sehingga perusahaan akan memiliki laporan konsolidasi dari semua toko yang dimiliki.

2.1.1.4. Alur Pemakaian Mesin Pos

Mesin POS adalah sebuah perangkat yang digunakan untuk memproses dan mendata sebuah transaksi, ketika menggunakan mesin POS pengguna diminta

untuk teliti agar tidak terjadi kesalahan ketika peng-input-an data selain itu pengguna juga dituntut untuk cekatan sehingga *customer* tidak menunggu lebih dari 5 menit. Berikut merupakan alur pemakaian mesin POS CHIGO:

Tabel 2.2. Alur penggunaan mesin POS (dok. Pribadi)

User menekan aplikasi POS
Proses <i>loading page</i>
User memasukan kode ID karyawan
User memilih salah satu opsi pesanan pada menu beranda
User memilih pilihan menu yang diinginkan <i>customer</i>
Menu yang dipilih akan terlihat pada <i>preview bill</i> di sebelah kiri
Setelah selesai, <i>User</i> menginput data nama customer
<i>User</i> memilih metode pembayaran
Masukan jumlah nominal transaksi
Apabila pembayaran dilakukan secara tunai maka akan tertera jumlah uang kembali

2.1.1.4. Kesalahan yang sering dilakukan oleh pengguna

Human error adalah kelalaian manusia yang tidak wajar yang dapat mengakibatkan kurangnya efektivitas, kesalahan, maupun performa pada sistem. *Human error* kerap kali terjadi ketika manusia abai pada prosedur yang tertera secara disengaja maupun tidak disengaja. Berikut merupakan kesalahan yang kerap kali terjadi di kasir CHIGO diurut berdasarkan yang paling sering terjadi:

1. Kesalahan pada pemilihan tombol pembayaran
2. Kesalahan pada peng-input-an pesanan customer
3. Kesalahan pada pilihan kategori customer
4. Kesalahan pada double input pesanan untuk kriteria pesanan online pada
5. Kesalahan jumlah data nominal uang yang tidak sesuai dengan fisik

2.1.2. UI/UX

User Interface (UI) merupakan desain antarmuka yang mengedepankan keindahan dari sebuah tampilan produk digital dengan pemilihan warna, bentuk, dan ukuran yang baik. Tujuannya, untuk membuat tampilan situs menjadi lebih nyaman dipandang dan pengguna pun merasa lebih antusias untuk menggunakan produk tersebut. *UI* menciptakan hubungan emosional dengan pengguna melalui desain yang menarik dan indah. Umumnya, *UI* akan diimplementasikan atau dikerjakan setelah pembuatan *UX* selesai menentukan desain *layout*, logo, warna, dan *typography* untuk mempercantik produk berbasis digital seperti *web*, aplikasi, dan masih banyak lagi.

Sementara itu, *User Experience (UX)* merupakan proses meningkatkan kepuasan pengguna situs atau aplikasi tertentu melalui kegunaan dan kesenangan yang berasal dari interaksi antara pengguna dan produk. Desain *UX* membuat suatu situs dapat digunakan dengan mudah, sehingga tidak membingungkan pengguna. *UX* mencakup semua elemen perangkat lunak, termasuk memastikan *website* atau aplikasi terstruktur dengan baik dan pengguna dapat dengan mudah mengakses produk dari halaman ke halaman.

2.1.2.1. Sejarah UI/UX

Sejarah desain *UI/UX* dapat ditelusuri kembali ke tahun 1960-an, ketika *Graphical User Interfaces (GUI)* pertama dikembangkan. *Mouse* komputer yang dirilis oleh Douglas Engelbart pada tahun 1968 dan *GUI* yang dikembangkan oleh Xerox PARC (Palo Alto Research Center) pada tahun 1973 menjadi dasar untuk antarmuka komputer modern. Tim Xerox PARC bertanggung jawab untuk mengembangkan beberapa terobosan inovasi desain *UI/UX*, termasuk desktop grafis pertama, editor teks *WYSIWYG* pertama (*What You See Is What You Get*), dan ikon *mouse* pertama pada *interface*.

Pada 1980-an dan 1990-an, bidang desain *UI/UX* berkembang dengan perkembangan teknologi dan metodologi desain terbaru. Meluasnya penggunaan komputer pribadi pada 1990-an menyebabkan ledakan popularitas antarmuka berbasis *GUI*, selain itu pengembangan teknologi internet pada akhir 1990-an

melahirkan generasi baru desainer *UI/UX* yang berfokus pada pembuatan desain yang berpusat pada pengguna untuk pengalaman online.



Gambar.2.3. Ilustrasi UI pada tahun 1973 (kiri), Gambar komputer tahun 1968 (Kanan).
(sumber. Arkademi.com)

Saat ini, desain *UI/UX* adalah bagian penting dari perangkat lunak dan pengembangan situs *web*, yang terkait erat dengan disiplin ilmu seperti *Human-Computer Interaction (HCI)* dan *interaction design*. Dengan proliferasi perangkat seluler dan kebangkitan *Internet of Things (IoT)*, desainer *UI/UX* menghadapi tantangan dan peluang baru untuk menciptakan antarmuka yang inovatif dan intuitif untuk berbagai perangkat dan konteks.

Sejarah desain *UI/UX* telah memainkan peran penting dalam cara manusia berinteraksi dengan teknologi saat ini. Seiring kemajuan teknologi yang pesat, bidang desain *UI/UX* akan terus tumbuh dan berkembang bersama, membentuk cara pengguna menikmati produk dan layanan digital di tahun-tahun mendatang.



Gambar.2.4. Tampilan pada UI windows 10 (sumber: barantum.com)

2.1.2.2. Urgensi UI/UX

UI (User Interface) dan *UX (User Experience)* adalah komponen penting dalam setiap produk digital. *UI* mengacu pada elemen visual dan desain antarmuka, seperti tombol, menu, dan navigasi. Di sisi lain, *UX* mengacu pada keseluruhan pengalaman yang dimiliki pengguna saat berinteraksi dengan produk digital, termasuk faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kepuasan pengguna.

Di zaman sekarang ini, *UI/UX* sangatlah penting. Berikut adalah beberapa alasan pentingnya *UI/UX*:

- Peningkatan kebahagiaan pengguna: Seiring kemajuan teknologi, pengguna mengharapkan fungsionalitas tingkat tinggi dan kemudahan dalam penggunaan produk digital yang berinteraksi dengan pengguna. *UI/UX* yang baik dapat membantu memenuhi ekspektasi tersebut dan memberikan pengalaman pengguna yang positif.
- Persaingan yang meningkat: Dengan banyaknya produk dan layanan digital yang beredar, ada banyak persaingan di pasar digital. *UI/UX* yang dirancang dengan baik dapat membantu membedakan produk atau layanan dari pesaing dan membuatnya lebih menarik bagi calon pengguna.
- Peningkatan kepuasan pelanggan: *UI/UX* yang positif dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mempermudah pengguna dalam melakukan berbagai hal sehingga dapat mengurangi frustrasi, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan.
- Mengurangi biaya: *UI/UX* yang baik dapat membantu mengurangi biaya dengan meminimalkan kebutuhan akan dukungan pelanggan dan mengurangi kemungkinan pengguna meninggalkan produk atau layanan karena frustrasi atau kesulitan dalam menggunakan produk. (Hadi, 2021)

2.1.2.3. Pembagian Segmen Kerja dalam UI/UX

2.1.2.3.1. *UX Writer*

Membuat teks atau skrip untuk situs *web*, aplikasi, dan produk digital lainnya adalah pekerjaan seorang *UX writer*. Untuk memudahkan pengguna memahami ide yang ingin disampaikan, *UX writer* akan memilih istilah yang paling

ringan atau sederhana, ramah, dan efektif sehingga mudah dimengerti oleh pengguna dari berbagai usia, jenis kelamin, dan latar belakang. Tentunya, untuk membuat sebuah teks atau skrip yang relevan dan sederhana bagi berbagai macam demografi membutuhkan kemampuan serta kreativitas yang baik. Dalam pembuatan produk digital, biasanya teks yang dibuat akan ditambahkan ke *chatbox*, tombol, label, dan tampilan menu.

2.1.2.3.2. UI Design

Tampilan pada keseluruhan gambar di dalam situs *web* ataupun aplikasi ditentukan oleh *UI designer*. *UI designer* bertugas memilih *font*, warna, dan elemen-elemen estetika lainnya untuk membuat produk digital menjadi lebih menarik. *UI designer* memprioritaskan aspek-aspek visual dalam pembuatan produk. Keterampilan seperti photoshop, illustrator, dan fireworks sangat diperlukan untuk membuat prototipe dan aset-aset virtual seperti tombol dan spanduk pada halaman aplikasi.

2.1.2.3.3. UX Design

Seseorang yang bertanggung jawab untuk meningkatkan pengalaman penggunaan produk dikenal sebagai *UX designer*. *UX designer* ditugaskan untuk mempertimbangkan bagaimana pengguna dapat menggunakan produk dengan nyaman, mudah, dan aman. Saat meriset sebuah produk, *UX designer* akan melakukan riset mendalam dengan mempertimbangkan kegunaan, aksesibilitas, dan pengalaman interaksi pengguna dengan produk demi menciptakan produk yang ramah pengguna. Setelahnya *UX designer* akan melakukan pengujian dan implementasi untuk dikembangkan menjadi lebih baik.

2.1.2.3.4. UX Researcher

Tanggung jawab utama seorang *UX researcher* adalah memberikan solusi untuk masalah yang paling menantang dalam pengembangan sebuah produk digital. Maka dari itu, profesi ini perlu melakukan survey dan penelitian secara berkala. Keterampilan yang dibutuhkan dalam profesi ini antara lain pemahaman dan fokus pada pengguna, kemampuan analisis yang baik, serta kemampuan untuk memecahkan masalah.

2.1.2.3.5. UX Engineer

Peran *UX engineer* adalah untuk mempelajari bagaimana pengguna dapat berinteraksi pada aspek-aspek desain, dengan mewujudkan sebuah produk digital agar dapat berfungsi dengan menggunakan bahasa pemrograman yang dibuat oleh *UX engineer* dari prototipe yang sudah ada. Dengan kata lain, *UX engineer* adalah jembatan atau mediator antara desainer dengan pengembang. Penguasaan dalam menggunakan HTML, CSS, dan java script sangat diperlukan dalam profesi ini, selain itu *UX engineer* juga harus memiliki keahlian dalam pengujian dan *debugging*, pengetahuan tentang konsep desain *UI*, keterampilan komunikasi dan kerja sama yang baik, serta dapat berempati dan bekerja secara fleksibel.

2.1.2.3.6. Product Manager

Product manager merupakan posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena tanggung jawabnya yang begitu besar dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan proyek. *Product manager* bertugas dalam mengatur sumber daya, anggaran, serta perencanaan jadwal proyek hingga proyek rampung. Tentunya, proyek tidak akan berjalan dengan sukses tanpa adanya manajemen proyek yang efektif.

Kemampuan untuk dengan cepat beradaptasi dengan teknologi terbaru, manajemen tim dan waktu, komunikasi dan kepemimpinan yang baik, negosiasi, manajemen resiko, memimpin dalam penelitian dan pemecahan masalah, manajemen biaya, dan keterampilan interpersonal adalah bagian dari rangkaian keterampilan yang harus dimiliki *product manager*.

2.1.3. Chigo

Chigo merupakan sebuah merek dagang pada sektor restoran cepat saji yang didirikan pada tahun 2021 oleh Kenangan grup. Chigo dalam bahasa Hokkien berarti 'tujuh' dan Go berarti 'lima' hal ini mempresentasikan 7 saus dan 5 sambal yang disajikan bersama ayam goreng Chigo, sedangkan dalam bahasa Inggris Chigo berarti "*Chicken on the Go*" yang memiliki makna bahwa pesanan telah siap.

Perpaduan unik antara Kopi Kenangan dan ayam goreng tanpa tulang yang dikenal dengan nama Chi-ko diperkenalkan oleh pencipta Kopi Kenangan. Hal ini

terinspirasi oleh sejumlah fenomena makanan dan minuman yang tidak biasa, yang populer di kalangan pecinta kuliner, seperti kentang goreng dengan es krim atau mi instan dengan susu, dan juga bir dengan ayam goreng yang terkenal di Korea.



Gambar.2.5. Logo Chigo (sumber:Dok. Pribadi)

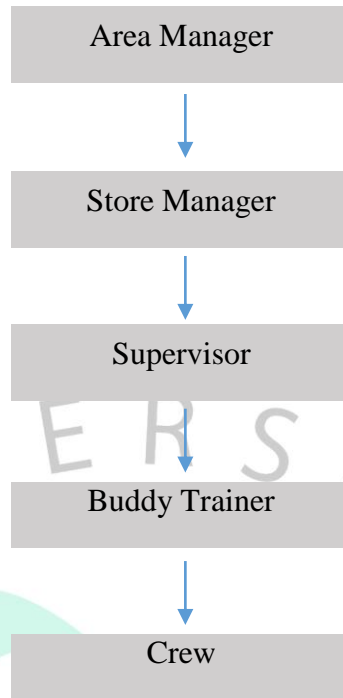
Pada akhir tahun 2022 kenangan grup memutuskan untuk mengakuisisi merek dagang flip burger dan menempatkannya berada dibawah naungan manajemen Chigo. Sehingga hal tersebut membuat Chigo tidak lagi menjadi restoran yang eksklusif menjual ayam goreng tanpa tulang saja namun juga mulai menjual menu selain ayam seperti burger. Perubahan tersebut tentunya juga merubah esensi dari Chigo sehingga merek dagang tersebut memutuskan untuk mengganti logo perusahaan seiring dengan diakuisisinya flip burger.

2.1.3.1. Struktur Operasional Pemegang

Struktur perusahaan Chigo terbagi menjadi dua bagan, yaitu manajemen dan operasional. Manajemen bekerja untuk mengurus segala kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan pada umumnya seperti *branding* perusahaan, perekrutan karyawan, dan pengembangan produk, sedangkan operasional bertugas untuk mengoperasikan jalannya toko/*outlet* milik Chigo sehingga dapat beroperasi dengan baik serta menjaga dan memberikan pelayanan maupun produk yang dapat memuaskan *customer*. Berikut merupakan bagan struktural dibagian operasional tempat pemegang bekerja.

Operational Manager





2.1.3.2. Lingkup Kerja

Dalam masa pemagangan, pemagang bekerja sebagai *part time crew* dibagian operasional dibawah bimbingan *Buddy Trainer*, pemagang memiliki lingkup kerja yang sama dengan *crew* biasa hanya saja dengan jumlah waktu kerja yang lebih sedikit. Berikut merupakan lingkup kerja pemagang:

- Mengoperasikan mesin POS kasir chigo
- Melayani *customer* mulai dari menerima pesanan hingga memberikan produk pada *customer*
- Menerima dan mengecek kualitas bahan mentah dari vendor untuk diolah
- Mengolah bahan mentah menjadi produk matang dan menyiapkan pesanan *customer*
- Menghitung persediaan stok barang untuk kemudian digunakan di hari-hari berikutnya

2.1.3.3. Produk Perusahaan

Sebagai usaha di bidang kuliner, Chigo menjual berbagai macam produk matang olahan ayam dan burger. Pada awalnya chigo hanya menjual dua jenis

olahan ayam yakni *boneless* dan *wings* dengan berbagai rasa yang dapat dipilih oleh pembeli, namun saat ini Chigo membagi produknya menjadi 4 kategori yakni; protein, karbohidrat, *side dish*, dan burger dikarenakan perkembangan perusahaan yang telah memiliki lebih banyak produk untuk disajikan.

2.1.3.3.1. Protein

Menu protein Chigo terbagi menjadi 3 jenis yakni; *Boneless*, *Winglets*, dan KrunChi. *Boneless* merupakan olahan ayam goreng tanpa tulang yang berbentuk seperti *popcorn*, biasanya produk *boneless* akan disajikan dengan berbagai macam pilihan saus dan sambal yang dapat dipilih oleh *customer*. Sama seperti *boneless*, *winglets* juga disajikan dengan berbagai pilihan saus dan sambal namun olahan ayam yang disajikan merupakan sayap ayam berukuran kecil. Sedangkan KrunChi merupakan menu olahan ayam goreng tepung biasa yang dimarinasi selama 12 jam marinasi.

2.1.3.3.2. Karbohidrat

Selain menyediakan menu protein, chigo juga menyajikan 3 jenis karbohidrat yang dapat dipilih oleh customer, diantaranya; nasi, regular fries, dan curly fries

2.1.3.3.3. Side Dish

Selain menu utama, chigo juga memiliki menu pendamping seperti *dessert* dan cemilan dari olahan ayam, diantaranya: *chocolate churros*, kulit ayam, dan *onion rings*

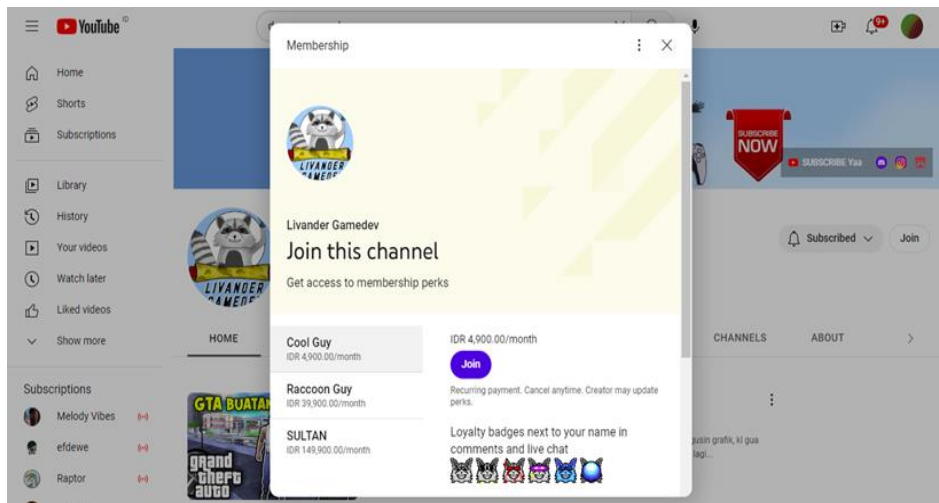
Selain ketiga pilihan menu diatas, chigo juga memberikan pilihan menu alternatif pada customernya, yaitu berupa olahan burger khas milik flip burger.

2.1.4. Gamifikasi

2.1.4.1. Definisi Gamifikasi

Gamifikasi adalah proses mengintegrasikan elemen, mekanik, dan prinsip desain seperti *game* ke dalam konteks *non-game* untuk melibatkan dan memotivasi individu untuk mencapai tujuan tertentu. Gamifikasi terinspirasi oleh permainan

dan memiliki penerapan antara lain dalam pendidikan, bisnis, kesehatan, dan pengembangan pribadi.



Gambar.2.6. Gamifikasi pada youtube (sumber: Dokumen pribadi)

2.1.4.1. Tujuan dan Manfaat Gamifikasi

Tujuan dari gamifikasi adalah untuk menggunakan kesenangan dan hasrat yang muncul saat bermain *video game* sebagai saran dalam meningkatkan keterlibatan, partisipasi, dan motivasi pengguna. Gamifikasi bertujuan untuk membuat aktivitas lebih menarik dan interaktif dengan menggabungkan elemen-elemen seperti tantangan, hadiah, poin, level, papan peringkat, lencana, penceritaan, dan antarmuka interaktif.

Konsep gamifikasi memanfaatkan prinsip-prinsip dasar psikologis permainan seperti pencapaian, persaingan, status, dan interaksi sosial, sehingga gamifikasi mengubah perilaku, meningkatkan hasil belajar, dan mendorong kolaborasi, meningkatkan produktivitas dan memicu perilaku yang diinginkan.

Berikut beberapa manfaat menggunakan gamifikasi di lingkungan kerja:

1. Meningkatkan objektivitas penilaian karyawan
2. Memberikan feedback yang terarah
3. Membantu karyawan menguasai bidangnya
4. Memotivasi karyawan secara keseluruhan
5. memberikan rekognisi bagi karyawan. (Fadiyah, 2022)

2.1.4.2. Penerapan Gamifikasi

Gamifikasi dapat diterapkan pada berbagai sektor mulai dari pendidikan hingga bisnis, berbagai jenis perusahaan pun kerap kali mengimplementasikan metode gamifikasi. Berikut merupakan beberapa perusahaan di bidang berbeda yang telah menggunakan gamifikasi:

1. Dana

Dana merupakan salah satu perusahaan start-up asal Indonesia yang sudah lama menggunakan sistem gamifikasi. Sistem gamifikasi pada Dana bekerja dengan memberi pengguna cara yang lebih menyenangkan untuk membayar barang dan membeli keperluan melalui aplikasi Dana.

Pembeli nantinya akan mendapatkan hadiah berupa undian dengan memutar roda atau membuka kotak keberuntungan yang berisikan kupon diskon dan hadiah lainnya. Sehingga diharapkan dengan adanya konsep tersebut dapat membuat konsumen selalu menggunakan aplikasi Dana.

2. Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan retail online terbesar di Indonesia yang telah meluncurkan sistem gamifikasi yang melibatkan poin loyalitas dalam setiap perdagangannya. Konsumen dapat memperoleh poin loyalitas dengan melakukan pembelian di Tokopedia, sehingga dengan semakin banyaknya poin loyalitas yang dikumpulkan oleh konsumen maka akan semakin banyak diskon atau hadiah yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Go-Jek

Go-Jek menggunakan poin dan undian berhadiah yang mirip dengan Dana dan Tokopedia sebagai jenis gamifikasinya untuk sistem pada aplikasi perusahaannya. Poin-poin tersebut diperoleh sebagai hasil dari penggunaan layanan Go-Jek. Selain itu, terdapat sistem yang berupa misi yang mana pengguna aplikasi diharuskan untuk menyelesaikan sejumlah transaksi agar mendapatkan kupon diskon.

4. Tiket.com

Sistem gamifikasi juga digunakan oleh Tiket.com. Sistem gamifikasi pada Tiket.com hampir mirip dengan perusahaan start-up lainnya. Namun pada

Tiket.com, poin yang dikumpulkan dapat langsung ditukarkan dengan potongan jumlah pembayaran yang nominalnya sesuai dengan jumlah poin yang dimiliki.

2.1.5. Efektivitas Kinerja karyawan

2.1.5.1 Definisi efektivitas kinerja karyawan

Strategi atau keseimbangan terbaik untuk mencapai tujuan, mengembangkan keterampilan, serta memanfaatkan kemampuan manusia merupakan definisi dari efektivitas kerja. Oleh karena itu, konsep efektivitas menggambarkan sejauh mana suatu organisasi melakukan aktivitas dan fungsinya sedemikian rupa sehingga dapat memanfaatkan secara optimal alat dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Efisiensi pekerjaan karyawan dapat dinilai dengan membandingkan waktu yang ditetapkan perusahaan untuk bekerja dengan waktu yang dibutuhkan oleh karyawan untuk menyelesaikan sebuah pekerjaan. Efisiensi juga dapat dinilai dengan membandingkan kualitas hasil yang dicapai karyawan dengan standar kualitas yang diberikan perusahaan. Seorang karyawan dikategorikan sebagai karyawan yang efektif apabila pekerjaannya lebih unggul dari apa yang ditetapkan perusahaan baik dari segi waktu maupun hasil. Perlu dipahami bahwa setiap pemimpin memiliki kewajiban untuk memprioritaskan kebutuhan timnya agar dapat berhasil mencapai tujuan perusahaan (Universitas Negeri Gorontalo, t.t.)

2.1.5.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi efektivitas

Pekerjaan yang sesuai dengan bakat dan keterampilan merupakan salah satu aspek yang dapat mendorong efektivitas kerja karyawan, menurut Adam Ibrahim Indrawijaya (2010: 73). Selain itu beberapa aspek yang dapat menunjang efektivitas kinerja karyawan diantaranya:

1. Pekerjaan yang menyediakan prasarana dan sarana yang unggul.
2. Pekerjaan yang menawarkan informasi menyeluruh.
3. Pemantauan yang tidak terlalu ketat.
4. Kesempatan mendapatkan pekerjaan yang membayar dengan baik.
5. Pekerjaan yang memberikan ketenangan dan keamanan.