

Analisis dampak gamification terhadap motivasi pengemudi transportasi daring di Indonesia = Impact analysis of gamification on the motivation of online transportation drivers in Indonesia

Rahmanto Prabowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498162&lokasi=lokal>

Abstrak

Penerapan gamification pada aplikasi mitra GO-JEK dan Grab diterapkan dalam bentuk sistem poin untuk insentif dan rating untuk feedback. Pada perjalanannya, seiring dengan bertumbuhnya jumlah mitra, gamification yang diterapkan mulai tidak sejalan dengan tujuan gamification. Para mitra semakin sulit untuk mencapai target poin, mereka harus menjalankan aplikasi lebih dari sepuluh jam perhari. Hal ini juga berimbas pada pelayanan mereka pada konsumen, yang menjadi kurang maksimal dan mendapatkan feedback yang kurang baik. Hal ini juga berimbas pada turunnya motivasi pengemudi dalam mengambil pesanan. Untuk menganalisis pengaruh gamification terhadap motivasi pengemudi, penelitian ini menggunakan Self Determination Theory (SDT) dan Motivational Affordance Perspective (MAP). Dalam SDT motivasi terbagi menjadi dua yaitu extrinsic motivation dan intrinsic motivation. Dalam MAP, sebuah perancangan sebuah sistem harus memiliki unsur self-efficacy, need for autonomy dan playfulness. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, gamification dapat berpengaruh terhadap motivasi secara extrinsic namun belum dapat memberikan pengaruh terhadap motivasi secara intrinsic. Dari hasil ini dapat disimpulkan dengan gamification motivasi pengemudi dalam mengambil pesanan lebih karena terpaksa untuk mencapai target poin. Tujuan gamification adalah untuk membuat penggunaannya menikmati pekerjaannya seperti sedang bermain game. Secara motivasi seharusnya gamification dapat memotivasi secara intrinsic. Penelitian ini memberikan rekomendasi operator transportasi daring untuk mengembangkan gamification yang telah diterapkan dengan menambahkan fitur yang mengandung unsur self-efficacy, need for autonomy dan playfulness agar dapat mempengaruhi motivasi mitranya secara intrinsic. Hal ini ditujukan untuk membuat mitra menikmati pekerjaannya

.....The application of gamification in GO-JEK and Grab partner applications is applied in the form of a point system for incentives and ratings for feedback. On the journey, along with the growing number of partners, the gamification applied began to be inconsistent with the purpose of gamification. Partners find it difficult to reach the target points, they

have to run applications for more than ten hours per day. This also impacts on their service to consumers, becomes less optimal and gets poor feedback. This also impacts on the driver`s motivation in taking orders. To analyze the effect of gamification on driver motivation, this study uses Self Determination Theory (SDT) and Motivational Affordance Perspective (MAP). In SDT motivation is divided into two, namely extrinsic motivation and intrinsic motivation. In MAP a design of a system must have elements of self-efficacy, need for autonomy and playfulness. From the results of the analysis that has been done, gamification can influence extrinsic motivation but it cannot yet influence intrinsic motivation. From these results it can be concluded that gamification motivates drivers to take more orders because they are forced to reach the target points. The purpose of gamification is to make users enjoy their work like playing games. gamification should be able to intrinsically motivate. This study provides recommendations for online transport operators to develop gamification that has been applied by adding features that contain elements of selfefficacy, need

for autonomy and playfulness in order to influence intrinsic partner motivation. This is intended to make partners enjoy their work.