

Pengaruh Program Gamifikasi dalam Pengembangan Kompetensi Karyawan: Pendekatan Inovatif untuk Meningkatkan Motivasi dan Retensi Talenta di Organisasi

Rusydi Fauzan

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

ABSTRAK

PENDAHULUAN

Dalam organisasi modern, manajemen sumber daya manusia telah beralih dari peran administrasi tradisional ke fokus strategis untuk meningkatkan kompetensi karyawan dan membina lingkungan kerja yang mendukung. Evolusi ini sangat penting untuk mengatasi tantangan seperti mempertahankan tingkat motivasi yang tinggi dan mengurangi tingkat pergantian, terutama dalam tenaga kerja yang beragam dan dinamis. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis (SHRM) memainkan peran penting dalam menyelaraskan fungsi SDM dengan tujuan organisasi, sehingga meningkatkan kinerja karyawan dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan (Adetomiwa Adeniyi, 2024). Selain itu, menerapkan Strategi Keterlibatan Karyawan dan inisiatif Keanekaragaman, Kesetaraan, dan Inklusi (DEI) yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan motivasi karyawan dan kepuasan kerja, yang mengarah ke tingkat pergantian yang lebih rendah (Ram Kumar Chauhan, 2024) (A. Ampauleng, 2024). Selain itu, Proposisi Nilai Karyawan (EVP) yang kuat sangat penting untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik, yang sangat penting dalam pasar kerja yang kompetitif saat ini (Nadiia Bocharova, 2024). Pada akhirnya, Manajemen Bakat yang efektif memastikan bahwa organisasi mengidentifikasi, mengembangkan, dan mempertahankan kinerja tinggi, mendorong kesuksesan bisnis yang berkelanjutan (Adeniyi Adebayo Uthman, 2024).

Gamifikasi telah muncul sebagai pendekatan transformatif dalam pengembangan SDM, mengintegrasikan elemen desain game seperti poin, lencana, dan papan peringkat untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi karyawan (Tianshi Hao, 2024). Dengan membuat kegiatan belajar lebih menyenangkan dan interaktif, gamifikasi dapat secara signifikan meningkatkan pelatihan berbasis kompetensi, memungkinkan karyawan untuk mengembangkan keterampilan penting dalam lingkungan yang kompetitif dan kolaboratif (M. Pepe, M. 2024) (И.А. Трифонов, 2024). Strategi inovatif ini tidak hanya menumbuhkan pengalaman belajar yang lebih menarik tetapi juga mengarah pada kinerja pekerjaan yang lebih baik dan tingkat retensi yang lebih tinggi (M. Pepe, M. 2024) (И.А. Трифонов, 2024). Selain itu, integrasi gamifikasi ke dalam Sistem Manajemen Pembelajaran (LMS) memungkinkan karyawan untuk melacak kemajuan mereka dan bersaing dengan rekan-rekan, semakin meningkatkan motivasi dan hasil pembelajaran (Wamika Sharma, 2024). Secara keseluruhan, gamifikasi merupakan alat yang ampuh bagi organisasi yang bertujuan untuk menciptakan proses pelatihan yang berorientasi pada tujuan dan efektif yang beresonansi dengan harapan tenaga kerja modern (Sattwik Mohanty, 2024) (И.А. Трифонов, 2024).

Integrasi gamifikasi dalam manajemen SDM telah ditingkatkan secara signifikan oleh teknologi digital canggih, memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan aplikasi untuk berbagai kebutuhan pelatihan, termasuk keterampilan teknis dan pengembangan soft skill (Mohamed Azab, 2024) (И.А.

Трифонов, 2024). Aplikasi berbasis gamifikasi ini tidak hanya merampingkan proses pembelajaran tetapi juga menghasilkan data berharga yang dapat digunakan untuk analisis kinerja waktu nyata (Mr. Sourabh P, 2024). Dengan memanfaatkan data ini, organisasi dapat memperoleh wawasan tentang kinerja individu dan tim, yang sangat penting untuk mengoptimalkan program pelatihan dan meningkatkan efektivitas keseluruhan (Liudmyla Verbivska, 2024). Selanjutnya, penggabungan gamifikasi ke dalam perangkat lunak manajemen SDM memfasilitasi peningkatan keterlibatan dan kinerja karyawan, yang pada akhirnya mendukung pengambilan keputusan strategis (Jonas Manske, 2024) (Liudmyla Verbivska, 2024). Pendekatan berbasis data ini memberdayakan organisasi untuk membuat keputusan berdasarkan informasi yang meningkatkan kemampuan operasional dan pengembangan tenaga kerja mereka (Liudmyla Verbivska, 2024).

Menerapkan gamifikasi dalam organisasi memang membutuhkan perencanaan yang cermat untuk menavigasi berbagai tantangan. Masalah mendasar adalah kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip desain gamifikasi, yang penting untuk menyelaraskan strategi gamifikasi dengan tujuan dan budaya organisasi (Iqra Obaid, 2024). Selain itu, resistensi karyawan dapat menghambat keberhasilan implementasi, seringkali berasal dari ketakutan akan perubahan atau kesalahpahaman tentang tujuan gamifikasi (Aleksandra Witoszek-Kubicka, 2024). Mengintegrasikan gamifikasi ke dalam budaya organisasi yang ada menimbulkan tantangan lain, memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap nilai-nilai dan praktik organisasi untuk memastikan kompatibilitas (Mr. Sourabh P, 2024). Untuk mengatasi tantangan ini secara efektif, organisasi harus mengadopsi pendekatan empiris untuk mengevaluasi efektivitas strategi gamifikasi mereka, memungkinkan penyempurnaan berbasis data (Jonas Manske, 2024). Selanjutnya, mengadaptasi elemen gamifikasi untuk memenuhi kebutuhan dan karakteristik unik dari setiap organisasi sangat penting untuk mencapai hasil yang sukses (А. П. Гетьман, 2024). Dengan mengatasi faktor-faktor ini, organisasi dapat meningkatkan potensi manfaat gamifikasi.

Penelitian ini menyoroti potensi gamifikasi sebagai alat strategis untuk meningkatkan motivasi karyawan dan retensi bakat dalam organisasi. Dengan mengintegrasikan mekanika permainan seperti poin, level, dan tantangan ke dalam program pengembangan kompetensi, organisasi dapat secara signifikan meningkatkan hasil pembelajaran dan produktivitas individu (Marcelo Magioli Sereno, 2024) (D. A. S. Rebacca, 2024). Selanjutnya, memahami teori motivasi, seperti hierarki kebutuhan Maslow, sangat penting untuk merancang strategi gamifikasi yang efektif yang beresonansi dengan motivasi karyawan (КОБАЖЕХКОБ М.А. 2024). Komitmen emosional yang dimiliki karyawan terhadap organisasi mereka, yang dikenal sebagai keterlibatan karyawan, secara langsung dipengaruhi oleh elemen-elemen gamifikasi ini, sehingga menumbuhkan tenaga kerja yang lebih termotivasi (Sneha Chaurasiya, 2024). Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi praktisi SDM, menekankan pentingnya menyelaraskan gamifikasi dengan tujuan organisasi untuk mendorong keunggulan kompetitif dan meningkatkan **Pemberdayaan Ekonomi Komunitas melalui Pengembangan Industri**

kesuksesan secara keseluruhan (Swati Tayal, 2024) (Sneha Chaurasiya, 2024). Dengan mengeksplorasi interaksi antara teknologi, desain intervensi, dan perilaku karyawan, penelitian ini menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk menerapkan gamifikasi dalam manajemen SDM.

LIRATURE REVIEW

Konsep Gamifikasi

Gamifikasi, didefinisikan sebagai penerapan elemen desain game dalam konteks non-game, telah mendapatkan daya tarik di berbagai bidang, termasuk pendidikan, pemasaran, dan manajemen organisasi. Elemen inti seperti poin, level, tantangan, penghargaan, papan peringkat, dan elemen naratif sangat penting untuk menciptakan pengalaman menarik yang memotivasi pengguna (Iftita Rahmi, 2024). Dalam pendidikan, gamifikasi meningkatkan hasil pembelajaran dan keterlibatan siswa, sementara dalam pemasaran, itu menumbuhkan loyalitas pelanggan dan kesadaran merek (Alvie Faustino Diaz, 2024) (Farheen Islam, 2024). Selain itu, dalam manajemen organisasi, prinsip gamifikasi dapat meningkatkan motivasi karyawan dan kepuasan kerja (Santa Dreimane, 2024). Efektivitas gamifikasi sebagian besar bergantung pada desain dan implementasinya, karena memanfaatkan mekanisme motivasi intrinsik dan ekstrinsik untuk mendorong perilaku yang diinginkan (Joaquim Santos, 2024). Seiring perkembangan bidang ini, memahami nuansa gamifikasi akan sangat penting untuk memaksimalkan potensinya di berbagai aplikasi ini.

Teori Motivasi dan Keterlibatan

Motivasi memainkan peran penting dalam memahami bagaimana gamifikasi mempengaruhi perilaku individu di tempat kerja. Teori Penentuan Nasib Mandiri menyatakan bahwa memenuhi kebutuhan psikologis dasar untuk otonomi, kompetensi, dan keterkaitan sangat penting untuk motivasi intrinsik (E. M A, Manu Melwin Joy, 2022). Gamifikasi dapat secara efektif memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan pilihan karyawan dalam penyelesaian tugas, peluang untuk pengembangan keterampilan, dan mendorong interaksi sosial di antara rekan kerja (E. M A, Manu Melwin Joy, 2022) (Mohammad Ibrahim Kamel Sweiss, 2022) (KOBACHEHKOB M.A. 2024). Selain itu, keterlibatan karyawan ditingkatkan secara signifikan di lingkungan yang mempromosikan partisipasi aktif dan interaksi yang bermakna, yang dapat difasilitasi oleh strategi gamifikasi [2]. Dengan menciptakan suasana kerja yang lebih interaktif, gamifikasi tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga berkontribusi pada rasa komunitas dan tujuan bersama, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan produktivitas dan kepuasan kerja (Kimberly Hannah Siacor, 2024) (KOBACHEHKOB M.A. 2024). Dengan demikian, mengintegrasikan gamifikasi ke dalam praktik tempat kerja dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan di antara karyawan.

Pemberdayaan Ekonomi Komunitas melalui Pengembangan Industri

Pengembangan Kompetensi Karyawan

Pengembangan kompetensi karyawan sangat penting dalam manajemen SDM, mencakup keterampilan teknis, manajerial, dan interpersonal yang diperlukan untuk kinerja yang optimal (Sattwik Mohanty, 2024). Metode pelatihan tradisional sering berjuang dengan tingkat keterlibatan dan adopsi yang rendah, yang dapat menghambat pembelajaran yang efektif (Anil A.R, Seema.K.S, 2024). Gamifikasi telah muncul sebagai solusi yang menjanjikan, memanfaatkan elemen desain game untuk meningkatkan pengalaman pelatihan, sehingga meningkatkan motivasi dan retensi materi pembelajaran (Anil A.R, Seema.K.S, 2024) ([Lasha Abuladze, 2023](#)). Pendekatan ini tidak hanya membuat pelatihan lebih menarik tetapi juga mendorong pengembangan kompetensi penting, seperti keterampilan teknis yang diperlukan untuk tugas-tugas tertentu dan keterampilan interpersonal untuk komunikasi yang efektif (А. П. Гетьман, 2024) ([Lasha Abuladze, 2023](#)). Selanjutnya, gamifikasi dapat mendukung pengembangan kompetensi manajerial, yang sangat penting untuk peran kepemimpinan (Sneha Chaurasiya, 2024). Dengan mengintegrasikan gamifikasi ke dalam kerangka pelatihan berbasis kompetensi, organisasi dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih relevan dan menyenangkan, yang pada akhirnya mengarah pada kebiasaan belajar yang berkelanjutan dan peningkatan kinerja karyawan (Sattwik Mohanty, 2024) (Sneha Chaurasiya, 2024).

Gamifikasi Dalam Manajemen SDM

Penerapan gamifikasi dalam manajemen SDM telah muncul sebagai alat yang ampuh untuk meningkatkan pengembangan kompetensi, motivasi karyawan, dan pengukuran keberhasilan pelatihan. Dengan mengintegrasikan elemen desain game, organisasi dapat menciptakan pengalaman belajar yang menarik yang tidak hanya memotivasi karyawan tetapi juga meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka, dengan studi menunjukkan potensi peningkatan hingga 25% dalam produktivitas (Roberto Carrasco, 2024) (Carolina Ribeiro, 2024). Selain itu, gamifikasi memfasilitasi pelacakan kemajuan karyawan dan memberikan umpan balik yang berharga, yang penting untuk menyempurnakan program pelatihan (Liudmyla Verbivska, 2024). Namun, sangat penting untuk mempertimbangkan konteks budaya dan kebutuhan organisasi tertentu ketika merancang elemen gamifikasi ini untuk menghindari tantangan seperti kelelahan gamifikasi dan ketergantungan berlebihan pada insentif ekstrinsik (Mr. Sourabh P, 2024). Dengan demikian, sementara gamifikasi menghadirkan peluang signifikan bagi manajemen SDM, implementasi yang cermat diperlukan untuk memaksimalkan manfaatnya dan mengurangi potensi kelemahan (Anil A.R, Seema.K.S, 2024).

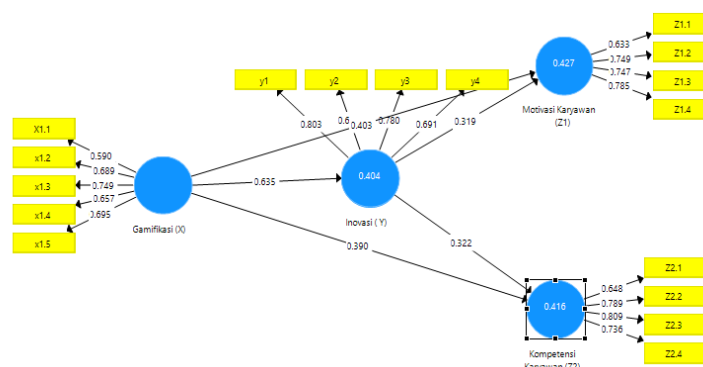
Pemberdayaan Ekonomi Komunitas melalui Pengembangan Industri

Integrasi gamifikasi dalam program pengembangan kompetensi karyawan menyajikan jalan yang menjanjikan untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi di berbagai konteks organisasi. Sementara studi yang ada menyoroti manfaat gamifikasi, masih ada kesenjangan yang signifikan dalam memahami bagaimana elemen-elemen ini dapat disesuaikan dengan berbagai demografi tenaga kerja dan kompleksitas organisasi (Valentina Toscano, 2024) (Nibu Thomas, 2022). Selain itu, dampak jangka panjang gamifikasi pada motivasi intrinsik sangat penting untuk menumbuhkan budaya belajar yang berkelanjutan, namun belum cukup dieksplorasi (Jonas Manske, 2024) (Lasha Abuladze, 2023). Budaya belajar yang berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kinerja karyawan tetapi juga berkontribusi pada daya saing organisasi (Liudmyla Verbivska, 2024). Dengan menerapkan gamifikasi secara strategis, organisasi berpotensi menjembatani kesenjangan ini, memastikan bahwa program pengembangan kompetensi tidak hanya efektif dalam jangka pendek tetapi juga menumbuhkan komitmen abadi untuk pembelajaran dan pertumbuhan di antara karyawan (Nibu Thomas, 2022) (Lasha Abuladze, 2023). Pendekatan ini sangat penting untuk membenarkan investasi dalam strategi gamifikasi dan mencapai kesuksesan organisasi jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penerapan gamifikasi dalam pengembangan kompetensi karyawan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis efektivitas gamifikasi secara objektif serta mendalami pengalaman subjektif karyawan dan pengelola SDM. populasi dan sample dalam penelitian ini sebanyak 101 responden yang berasal dari PT.Indosentra Pelangi. Ada pun variable dalam penelitian ini sebanyak 4 variable adalah Gamifikasi (X), Inovasi(Y), Motivasi Karyawan dan Kompetensi karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Outhier Model

1. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 1. Nilai AVE

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Gamifikasi (X)	0,705	0,713	0,809	0,597
Inovasi (Y)	0,715	0,723	0,824	0,542
Kompetensi Karyawan (Z2)	0,738	0,756	0,835	0,560
Motivasi Karyawan (Z1)	0,709	0,718	0,820	0,534

Interpretasi

1. Gamifikasi (X)

Nilai AVE (0,597): Nilai ini di atas ambang batas 0,5, yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator berhasil dijelaskan oleh konstruk Gamifikasi. Ini menandakan validitas konvergen yang baik. Konstruk Gamifikasi memiliki validitas dan reliabilitas yang baik, sehingga indikator-indikatornya secara konsisten mengukur konsep yang dimaksud.

2. Inovasi (Y)

Nilai AVE (0,542), Nilai AVE berada di atas 0,5, menunjukkan bahwa sebagian besar varians indikator berhasil dijelaskan oleh konstruk Inovasi. Konstruk Inovasi memiliki validitas konvergen yang memadai, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Kompetensi Karyawan (Z2)

Nilai AVE (0,560), Nilai ini lebih dari 0,5, menunjukkan validitas konvergen yang baik. Indikator-indikator Kompetensi Karyawan dapat dijadikan alat ukur yang valid dan andal.

4. Motivasi Karyawan (Z1)

Nilai AVE (0,534), AVE di atas 0,5 menunjukkan bahwa varians yang dijelaskan oleh konstruk lebih besar daripada varians yang tidak dijelaskan, menandakan validitas konvergen yang cukup baik. Konstruk Motivasi Karyawan memiliki reliabilitas dan validitas konvergen yang memadai untuk digunakan dalam analisis.

Secara keseluruhan Variable Gamifikasi, Inovasi, Kompetensi Karyawan, dan Motivasi Karyawan memenuhi kriteria validitas sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Tabel Uji Reliability

	rho_A	Composite Reliability rho_C
Gamifikasi (X)	0,713	0,809
Inovasi (Y)	0,723	0,824
Kompetensi Karyawan (Z2)	0,756	0,835
Motivasi Karyawan (Z1)	0,718	0,820

Interpretasi

1. Gamifikasi (X)

• **rho_A (0,713)**, Nilai ini berada di atas ambang batas minimum 0,7, menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Gamifikasi memiliki reliabilitas yang cukup baik. Nilai rho_A merefleksikan kestabilan reliabilitas indikator.

• **Composite Reliability (rho_C = 0,809)**, Nilai ini juga di atas ambang batas 0,7, menunjukkan keandalan komposit yang baik. Artinya, keseluruhan indikator memiliki kontribusi yang kuat dalam mengukur konstruk Gamifikasi.

2. Inovasi (Y)

• **rho_A (0,723)**, Nilai ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur Inovasi memiliki reliabilitas yang cukup baik. Nilai ini mengindikasikan bahwa pengukuran bersifat stabil dan reliabel.

• **Composite Reliability (rho_C = 0,824)**, Dengan nilai ini di atas ambang batas 0,7, konstruk Inovasi memiliki keandalan komposit yang kuat, yang menunjukkan bahwa indikator-indikatornya saling berkontribusi secara signifikan dalam mengukur konsep Inovasi.

3. Kompetensi Karyawan (Z2)

• **rho_A (0,756)**, Nilai ini berada di atas ambang batas 0,7, menunjukkan konsistensi internal yang baik. Indikator-indikator untuk Kompetensi Karyawan dianggap andal.

• **Composite Reliability (rho_C = 0,835)**, Nilai ini cukup tinggi dan di atas ambang batas 0,7, menunjukkan bahwa indikator-indikator Kompetensi Karyawan memiliki kontribusi yang sangat baik dalam mengukur konstruk.

4. Motivasi Karyawan (Z1)

- **rho_A (0,718)**, Nilai ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur Motivasi Karyawan memiliki reliabilitas yang memadai. Nilai ini menandakan bahwa pengukuran konstruk ini stabil.
- **Composite Reliability (rho_C = 0,820)**, Nilai ini menunjukkan keandalan komposit yang sangat baik, di mana indikator-indikator Motivasi Karyawan secara signifikan dan konsisten mengukur konstruk tersebut.

Semua konstruk (Gamifikasi, Inovasi, Kompetensi Karyawan, dan Motivasi Karyawan) memenuhi kriteria reliabilitas berdasarkan nilai **rho_A** dan **Composite Reliability (rho_C)**. Dimana nilai **rho_A** untuk semua konstruk di atas 0,7 menunjukkan konsistensi internal indikator-indikator. Sedangkan untuk nilai **Composite Reliability (rho_C)** di atas 0,7 menunjukkan kontribusi yang kuat dari semua indikator dalam mengukur konstruk masing-masing.

3. Uji Cronbach's Alpha

Tabel Uji Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
Gamifikasi (X)	0,705
Inovasi (Y)	0,715
Kompetensi Karyawan (Z2)	0,738
Motivasi Karyawan (Z1)	0,709

Interpretasi

1. Gamifikasi (X)

Cronbach's Alpha: 0,705, Nilai ini berada di atas ambang batas minimum 0,7, menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Gamifikasi memiliki konsistensi internal yang cukup baik. Dengan demikian Indikator untuk konstruk Gamifikasi memiliki tingkat keandalan yang memadai.

2. Inovasi (Y)

Cronbach's Alpha: 0,715, Nilai ini juga di atas ambang batas 0,7, menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk Inovasi memiliki konsistensi internal yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara bersama-sama dapat diandalkan untuk mengukur Inovasi. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Indikator konstruk Inovasi memiliki keandalan yang cukup baik dan konsisten.

3. Kompetensi Karyawan (Z2)

Cronbach's Alpha: 0,738, Nilai ini menunjukkan konsistensi internal yang lebih kuat dibandingkan konstruk lainnya. Ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator untuk Kompetensi Karyawan sangat konsisten dalam mengukur konsep yang dimaksud. Dengan demikian konstruk Kompetensi Karyawan memiliki keandalan yang baik, dan indikatornya secara konsisten mengukur konsep tersebut.

4. Motivasi Karyawan (Z1)

Cronbach's Alpha: 0,709, Nilai ini sedikit di atas ambang batas minimum 0,7, menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Hal ini berarti bahwa indikator-indikator yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur Motivasi Karyawan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Indikator konstruk Motivasi Karyawan memiliki tingkat keandalan yang cukup memadai untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Semua konstruk memiliki nilai **Cronbach's Alpha** di atas ambang batas minimum 0,7, menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk memiliki konsistensi internal yang baik. Nilai yang mendekati 0,8 (seperti Kompetensi Karyawan, 0,738) menunjukkan tingkat keandalan yang lebih kuat, sedangkan nilai mendekati 0,7 (seperti Gamifikasi, 0,705) tetap memenuhi kriteria reliabilitas minimum namun memerlukan perhatian pada kualitas pertanyaan atau indikator yang digunakan.

4. Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Tabel Uji Path Coefficient

	Original Sample (O)
Gamifikasi (X) -> Inovasi (Y)	0,635
Gamifikasi (X) -> Kompetensi Karyawan (Z2)	0,390
Gamifikasi (X) -> Motivasi Karyawan (Z1)	0,403
Inovasi (Y) -> Kompetensi Karyawan (Z2)	0,322
Inovasi (Y) -> Motivasi Karyawan (Z1)	0,319

Interpretasi

1. Pengaruh Gamifikasi (X) Terhadap Inovasi (Y)

Original Sample (O): 0,635, Hubungan antara Gamifikasi dan Inovasi cukup kuat dengan nilai 0,635. Ini menunjukkan bahwa implementasi gamifikasi yang efektif memiliki pengaruh positif

Pemberdayaan Ekonomi Komunitas melalui Pengembangan Industri

yang signifikan terhadap peningkatan inovasi di organisasi. Semakin baik penerapan elemen gamifikasi dalam organisasi, semakin besar kemampuan organisasi untuk menciptakan atau mendukung inovasi.

2. Pengaruh Gamifikasi (X) terhadap Kompetensi Karyawan (Z2)

Original Sample (O): 0,390, Hubungan antara Gamifikasi dan Kompetensi Karyawan cukup moderat dengan nilai 0,390. Ini menunjukkan bahwa penerapan gamifikasi berkontribusi terhadap peningkatan kompetensi karyawan, meskipun pengaruhnya tidak sekuat terhadap inovasi. Gamifikasi dapat membantu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, atau perilaku kerja karyawan, tetapi dampaknya mungkin bergantung pada faktor-faktor lain seperti desain program pelatihan atau partisipasi karyawan.

3. Pengaruh Gamifikasi (X) terhadap Motivasi Karyawan (Z1)

Original Sample (O): 0,403, Hubungan antara Gamifikasi dan Motivasi Karyawan juga moderat dengan nilai 0,403. Ini menunjukkan bahwa penerapan gamifikasi memiliki pengaruh positif terhadap motivasi karyawan, meskipun pengaruhnya tidak sangat kuat. Gamifikasi mampu meningkatkan motivasi karyawan melalui elemen-elemen seperti tantangan, penghargaan, dan keterlibatan aktif. Namun, faktor lain seperti budaya organisasi atau insentif tambahan mungkin memengaruhi hasilnya.

4. Pengaruh Inovasi (Y) terhadap Kompetensi Karyawan (Z2)

Original Sample (O): 0,322, Hubungan antara Inovasi dan Kompetensi Karyawan cukup moderat dengan nilai 0,322. Ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi dalam organisasi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kompetensi karyawan. Organisasi yang inovatif menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran dan pengembangan keterampilan karyawan, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kompetensi.

5. Pengaruh Inovasi (Y) terhadap Motivasi Karyawan (Z1)

Original Sample (O): 0,319, Hubungan antara Inovasi dan Motivasi Karyawan juga moderat dengan nilai 0,319. Ini menunjukkan bahwa inovasi dalam organisasi berdampak positif pada motivasi karyawan, tetapi dengan pengaruh yang relatif kecil. Lingkungan kerja yang inovatif dapat meningkatkan motivasi karyawan, misalnya melalui peluang kerja kreatif, teknologi baru, atau penghargaan berbasis inovasi.

5. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

Tabel Uji Goodness of Fit

Tabel RSquare

	R Square	R Square Adjusted
Inovasi (Y)	0,404	0,399

Kompetensi Karyawan (Z2)	0,416	0,408
Motivasi Karyawan (Z1)	0,427	0,418

Interpretasi

1. Inovasi (Y)

R Square: 0,404, Nilai ini menunjukkan bahwa 40,4% variabilitas dalam **Inovasi (Y)** dapat dijelaskan oleh variabel independen **Gamifikasi (X)**. Sisanya (59,6%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Gamifikasi memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap variabilitas Inovasi. Meskipun masih ada faktor lain yang memengaruhi Inovasi, model ini menunjukkan bahwa Gamifikasi adalah salah satu faktor yang signifikan.

2. Kompetensi Karyawan (Z2)

R Square: 0,416, Nilai ini menunjukkan bahwa 41,6% variabilitas dalam **Kompetensi Karyawan (Z2)** dapat dijelaskan oleh variabel independen **Gamifikasi (X)** dan variabel mediasi/prediktor lainnya, seperti **Inovasi (Y)**. Sisanya (58,4%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Gamifikasi, bersama dengan faktor mediasi seperti Inovasi, memberikan kontribusi yang moderat terhadap peningkatan Kompetensi Karyawan. Variabilitas yang signifikan tetap berasal dari faktor eksternal lainnya.

3. Motivasi Karyawan (Z1)

R Square: 0,427, Nilai ini menunjukkan bahwa 42,7% variabilitas dalam **Motivasi Karyawan (Z1)** dapat dijelaskan oleh variabel independen **Gamifikasi (X)** dan variabel mediasi/prediktor lainnya, seperti **Inovasi (Y)**. Sisanya (57,3%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Gamifikasi, bersama dengan faktor mediasi seperti Inovasi, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan Motivasi Karyawan. Meski ada faktor lain yang berkontribusi, model ini cukup kuat untuk menunjukkan hubungan yang signifikan.

6. Uji Pengaruh Langsung

Tabel Uji Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Gamifikasi (X) -> Inovasi (Y)	0,635	13,322	0,000
Gamifikasi (X) -> Kompetensi Karyawan (Z2)	0,390	4,059	0,000

Gamifikasi (X) -> Motivasi Karyawan (Z1)	0,403	4,552	0,000
Inovasi (Y) -> Kompetensi Karyawan (Z2)	0,322	3,049	0,002
Inovasi (Y) -> Motivasi Karyawan (Z1)	0,319	3,403	0,001

Interpretasi

H¹ : Pengaruh Gamifikasi Terhadap Inovasi

Original Sample (O): 0,635, Hubungan ini cukup kuat (nilai mendekati 1), menunjukkan bahwa Gamifikasi berpengaruh positif signifikan terhadap Inovasi. Nilai **T Statistics: 13,322**, Nilai ini jauh di atas ambang batas 1,96 (untuk tingkat signifikansi 5%), menunjukkan hubungan ini signifikan secara statistik. sedangkan nilai **P Values: 0,000** Nilai P yang sangat kecil ($< 0,05$) menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. dengan demikian maka Penerapan Gamifikasi yang efektif memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan dalam meningkatkan Inovasi dalam organisasi.

H²: Pengaruh Gamifikasi Terhadap Kompetensi Karyawan

Original Sample (O): 0,390, Hubungan ini moderat, menunjukkan bahwa Gamifikasi memiliki pengaruh positif yang cukup kuat terhadap Kompetensi Karyawan. **T Statistics: 4,059**, Nilai ini di atas ambang batas 1,96, sehingga hubungan ini signifikan secara statistik. Sementara nilai **P Values: 0,000**, Nilai P yang sangat kecil ($< 0,05$) menunjukkan signifikansi hubungan. dengan demikian Penerapan Gamifikasi memiliki pengaruh yang moderat namun signifikan terhadap peningkatan Kompetensi Karyawan. Program pelatihan berbasis gamifikasi dapat secara efektif meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan.

H³. Pengaruh Gamifikasi terhadap Motivasi Karyawan

Original Sample (O): 0,403, Hubungan ini moderat, menunjukkan bahwa Gamifikasi berpengaruh positif terhadap Motivasi Karyawan. **T Statistics: 4,552**, Nilai ini jauh di atas ambang batas 1,96, menunjukkan hubungan ini signifikan secara statistik. **P Values: 0,000**, Nilai P yang sangat kecil ($< 0,05$) menunjukkan hubungan ini signifikan. dengan demikian Gamifikasi memberikan pengaruh positif yang signifikan dalam meningkatkan Motivasi Karyawan. Elemen-elemen gamifikasi seperti tantangan, penghargaan, dan interaktivitas berkontribusi pada peningkatan motivasi kerja karyawan.

H⁴. Pengaruh Inovasi terhadap Kompetensi Karyawan

Original Sample (O): 0,322, Hubungan ini moderat, menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap Kompetensi Karyawan. **T Statistics: 3,049**, Nilai ini lebih besar dari 1,96, sehingga hubungan ini signifikan secara statistik. **P Values: 0,002**

Pemberdayaan Ekonomi Komunitas melalui Pengembangan Industri

Nilai P yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hubungan ini signifikan. dengan demikian Inovasi memiliki pengaruh yang moderat dan signifikan terhadap Kompetensi Karyawan. Lingkungan yang mendukung inovasi dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan melalui proses pembelajaran dan kreativitas.

H⁵. Pengaruh Inovasi terhadap Motivasi Karyawan (Z1)

Original Sample (O): 0,319, Hubungan ini moderat, menunjukkan bahwa Inovasi memiliki pengaruh positif terhadap Motivasi Karyawan. **T Statistics: 3,403** Nilai ini jauh di atas ambang batas 1,96, menunjukkan hubungan ini signifikan secara statistik. **P Values: 0,001**, Nilai P yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hubungan ini signifikan. dengan demikian maka Inovasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap Motivasi Karyawan. Lingkungan kerja yang inovatif dapat meningkatkan motivasi karyawan melalui tantangan baru, pengakuan, dan penghargaan yang terkait dengan inovasi.

PEMBAHASAN

1. *Pengaruh Gamifikasi Terhadap Inovasi*

Gamifikasi memiliki pengaruh kuat terhadap Inovasi dengan **Original Sample (O): 0,635**, **T Statistics: 13,322**, dan **P Values: 0,000**. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi gamifikasi dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk berinovasi secara signifikan. Penerapan gamifikasi yang efektif, seperti melalui tantangan, penghargaan, dan narasi yang menarik, menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan eksplorasi ide-ide baru. Elemen-elemen gamifikasi dapat mendorong karyawan untuk berpikir di luar kebiasaan, memanfaatkan teknologi, dan berkolaborasi dengan rekan kerja untuk menghasilkan solusi inovatif. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa gamifikasi mampu meningkatkan motivasi intrinsik, yang merupakan pendorong utama inovasi. Organisasi yang menerapkan gamifikasi dapat menciptakan budaya inovatif yang lebih kuat, meningkatkan daya saing dalam menghadapi perubahan dinamis di pasar.

2. *Pengaruh Gamifikasi Terhadap Kompetensi Karyawan*

Gamifikasi memiliki pengaruh moderat terhadap Kompetensi Karyawan dengan **Original Sample (O): 0,390**, **T Statistics: 4,059**, dan **P Values: 0,000**. Gamifikasi dalam program pelatihan memberikan pengalaman pembelajaran yang lebih menarik dan interaktif dibandingkan metode tradisional. Dengan menggunakan elemen seperti simulasi dan feedback real-time, gamifikasi dapat membantu karyawan memahami dan mengaplikasikan pengetahuan dengan lebih efektif. Peningkatan kompetensi karyawan melalui gamifikasi juga dapat dilihat sebagai hasil dari peningkatan keterlibatan mereka selama pelatihan. Namun, dampaknya yang moderat menunjukkan bahwa kompetensi karyawan juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti desain

pelatihan, kualitas materi, dan dukungan dari manajemen. Oleh karena itu, gamifikasi perlu diintegrasikan dengan strategi pelatihan yang holistik untuk memaksimalkan hasil.

3. *Pengaruh Gamifikasi terhadap Motivasi Karyawan*

Gamifikasi memiliki pengaruh moderat terhadap Motivasi Karyawan dengan **Original Sample (O): 0,403, T Statistics: 4,552, dan P Values: 0,000**. Gamifikasi dapat meningkatkan motivasi karyawan melalui mekanisme penghargaan, kompetisi sehat, dan pencapaian tujuan yang jelas. Elemen seperti leaderboard dan penghargaan digital dapat memberikan dorongan tambahan bagi karyawan untuk lebih berpartisipasi dan terlibat dalam pekerjaan mereka. Hasil ini mengonfirmasi penelitian sebelumnya bahwa gamifikasi mampu meningkatkan motivasi intrinsik dengan memenuhi kebutuhan dasar manusia seperti kompetensi dan keterhubungan (*Self-Determination Theory*). Namun, pengaruhnya yang moderat menunjukkan bahwa motivasi karyawan juga bergantung pada faktor lain, seperti insentif finansial, hubungan antar kolega, dan budaya kerja yang mendukung. Oleh karena itu, gamifikasi perlu diintegrasikan dengan strategi lain untuk menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi secara menyeluruh.

4. *Pengaruh Inovasi terhadap Kompetensi Karyawan*

Inovasi memiliki pengaruh moderat terhadap Kompetensi Karyawan dengan **Original Sample (O): 0,322, T Statistics: 3,049, dan P Values: 0,002**. Lingkungan kerja yang inovatif memberikan peluang bagi karyawan untuk belajar dan mengembangkan keterampilan baru melalui proyek-proyek kreatif dan teknologi terbaru. Karyawan yang bekerja dalam organisasi yang inovatif cenderung lebih sering menghadapi tantangan baru, yang memaksa mereka untuk belajar dan beradaptasi. Namun, pengaruhnya yang moderat menunjukkan bahwa inovasi hanya salah satu faktor dalam meningkatkan kompetensi karyawan. Faktor lain, seperti desain pelatihan, pengalaman kerja sebelumnya, dan dukungan dari manajemen, juga memainkan peran penting. Oleh karena itu, organisasi perlu memadukan budaya inovasi dengan program pengembangan SDM yang sistematis untuk memaksimalkan kompetensi karyawan.

5. *Pengaruh Inovasi terhadap Motivasi Karyawan (Z1)*

Inovasi memiliki pengaruh moderat terhadap Motivasi Karyawan dengan **Original Sample (O): 0,319, T Statistics: 3,403, dan P Values: 0,001**. Lingkungan kerja yang inovatif dapat meningkatkan motivasi karyawan dengan memberikan tantangan baru, peluang untuk berkontribusi dalam proyek kreatif, dan pengakuan atas kontribusi mereka. Karyawan cenderung merasa lebih termotivasi ketika mereka merasa bahwa pekerjaan mereka memberikan dampak nyata dan dihargai oleh organisasi. Namun, dampaknya yang moderat menunjukkan bahwa motivasi karyawan juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kompensasi, hubungan antar rekan kerja, dan gaya kepemimpinan. Oleh karena itu, menciptakan budaya inovasi yang didukung oleh insentif dan komunikasi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan motivasi karyawan secara menyeluruh.

KESIMPULAN

1. Gamifikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Inovasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gamifikasi memberikan pengaruh positif yang kuat terhadap Inovasi (**Original Sample: 0,635**). Elemen-elemen seperti tantangan, penghargaan, dan narasi dalam Gamifikasi mampu mendorong kreativitas dan eksplorasi ide baru di organisasi. Hal ini menjadikan Gamifikasi alat strategis yang efektif untuk menciptakan budaya inovasi.

2. Gamifikasi berkontribusi pada peningkatan Kompetensi Karyawan.

Pengaruh Gamifikasi terhadap Kompetensi Karyawan bersifat moderat namun signifikan (**Original Sample: 0,390**). Gamifikasi menciptakan pengalaman belajar yang interaktif dan relevan, yang dapat meningkatkan keterampilan teknis dan interpersonal karyawan. Meskipun demikian, keberhasilan ini juga dipengaruhi oleh desain pelatihan dan dukungan organisasi.

3. Gamifikasi meningkatkan Motivasi Karyawan.

Pengaruh Gamifikasi terhadap Motivasi Karyawan juga moderat tetapi signifikan (**Original Sample: 0,403**). Dengan menggunakan elemen kompetisi dan penghargaan, Gamifikasi mampu meningkatkan motivasi intrinsik karyawan. Namun, faktor lain seperti budaya kerja dan kepemimpinan juga memengaruhi motivasi secara keseluruhan.

4. Inovasi memainkan peran penting dalam Kompetensi dan Motivasi Karyawan.

Inovasi memiliki pengaruh moderat terhadap Kompetensi Karyawan (**Original Sample: 0,322**) dan Motivasi Karyawan (**Original Sample: 0,319**). Lingkungan kerja yang inovatif memberikan peluang bagi karyawan untuk belajar, berkembang, dan merasa termotivasi. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi berperan sebagai pendukung penting dalam pengembangan SDM.

5. Gamifikasi sebagai alat strategis dalam pengelolaan SDM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gamifikasi bukan hanya meningkatkan hasil individual (Kompetensi dan Motivasi Karyawan) tetapi juga berkontribusi pada hasil organisasi yang lebih besar, seperti peningkatan inovasi. Dengan integrasi yang tepat, Gamifikasi dapat menjadi alat yang efektif untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan inovatif.

REFERENSI

- A., Ampauleng., Salma, Abdullah., Edy, Jumady. (2024). Examining Human Resource Management: A Qualitative Study of Psychological Elements and Strategic Approaches with Literature Review. *Golden Ratio Of Human Resources Management*, doi: 10.52970/grhrm.v4i2.483
- Adeniyi, Adebayo, Uthman. (2024). The Relevance of Human Resources Management to Today's Business Environment. *International journal of social science and human research*, doi: 10.47191/ijsshr/v7-i05-10
- Adetomiwa, Adeniyi., Ayobamidele, Damilola. (2024). The Strategic Role of Human Resource Management in Business Performance. doi: 10.14293/pr2199.001095.v1

- Aleksandra, Witoszek-Kubicka. (2024). Leveling up knowledge management: harnessing gamification for effective knowledge acquisition, distribution, dissemination, and sharing. doi: 10.34739/zn.2023.61.21
- Alvie, Faustino, Diaz., Henrilyn, Estoque-Loñez. (2024). A Meta-Analysis on the Effectiveness of Gamification on Student Learning Achievement. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, doi: 10.46328/ijemst.4185
- Anil, A.R., Seema.K.S. (2024). The impact of gamification on employee learning and development: a comparative study of traditional and gamified training methods. *EPRA international journal of research & development*, doi: 10.36713/epra18655
- D., A., S., Rebacca. (2024). A study on gamification – a tool to increase employee engagement and productivity. doi: 10.55041/isjem01927
- E., M, A., Manu, Melwin, Joy. (2022). Exploring Intrinsic Motivating Factors in Gamified Context: A Mixed-Method Study. *International Journal of Human-computer Interaction*, doi: 10.1080/10447318.2022.2104018
- Farheen, Islam., A, P, Krishna., S., Sudha, Kumari. (2024). The Impact of Gamification in Research and Education: A Communication Review. doi: 10.56294/gr2025101
- Iftita, Rahmi., Tetty, Rimenda., Tika, Dwi, Ariyanti. (2024). Gamification as an alternative to increase students' motivation: a scoping review. *Journal of Education and Learning*, doi: 10.11591/edulearn.v19i2.21771
- Iqra, Obaid., Muhammad, Shoaib, Farooq. (2024). TechMark: a framework for the development, engagement, and motivation of software teams in IT organizations based on gamification. *PeerJ*, doi: 10.7717/peerj-cs.2285
- Joaquim, Santos., Tayane, Moura, Martins., Adolfo, Braga., Susana, Santos., Claudio, Campana., José, Leônidas, Alves, do, Nascimento., Adriano, Franzoni, Wagner., Alexandre, Maslinkiewicz., Lenilsa, dos, Santos, Trindade., Carla, Aguiar., Jaqueline, Silva, de, Oliveira., José, Morais, Pereira, Filho., L., Lima. (2024). Applicability of gamification to the teaching and learning process. *Lumen et Virtus*, doi: 10.56238/levv15n41-073
- Jonas, Manske. (2024). Gamification in the Workplace: Enhancing Employee Engagement Through Gameful Experiences. doi: 10.56578/jimd030101
- Kimberly, Hannah, Siacor., Betsy, Ng., Woon, Chia, Liu. (2024). Fostering Student Motivation and Engagement Through Teacher Autonomy Support: A Self-Determination Theory Perspective. *International Journal of Instruction*, doi: 10.29333/iji.2024.17232a
- Lasha, Abuladze. (2023). Use of Gamification in Employee Training and Development. *Conference proceedings*, doi: 10.53465/edamba.2022.9788022550420.1-10
- Liudmyla, Verbivska., Nazar, Blesko. (2024). Gamification as an innovative approach to training and development of enterprise. *Infrastruktura rinku*, doi: 10.32782/infrastruct78-20

- M., Pepe., M., Oernskar., S., Ahmed. (2024). How Gamified HSE Training Solutions Enhance Employee Engagement: A Middle East Case Study on HSE Performance Improvement. doi: 10.2118/220368-ms
- Marcelo, Magioli, Sereno, Huat, Bin, (Andy), Ang. (2024). The impact of gamification on training, work engagement, and job satisfaction in banking. International Journal of Training and Development, doi: 10.1111/ijtd.12324
- Mohamed, Azab., Mena, Ab-Hashima. (2024). Gamification Of Soft Skills Training And Learning For Leadership Development. International Journal of Internet Education (Print), doi: 10.21608/ijie.2024.281221.1025\
- Mohammad, Ibrahim, Kamel, Sweiss., Omima, Abdalla, Abdalatif. (2022). Integration of self-determination theory with self-regulated model to understand employee work engagement behaviour and organisational performance. International Journal of Management Concepts and Philosophy, doi: 10.1504/ijmcp.2022.122110
- Mr., Sourabh, P., Aditi, Aljapurkar., Shraddha, Purandare. (2024). Gamification of hr processes for enhancing employee engagement and performance. doi: 10.58532/v3bhma23p1ch13
- Nadiia, Bocharova., I., Yarovyi. (2024). The importance of human resources in a multicultural organizational context: analysis, challenges and perspectives. Ekonomika transportnogo kompleksu, doi: 10.30977/etk.2225-2304.2024.43.31
- Nibu, Thomas., Rupashree, Baral, Oliver, Crocco. (2022). Gamification for HRD: Systematic Review and Future Research Directions. Human Resource Development Review, doi: 10.1177/15344843221074859
- Ram, Kumar, Chauhan., Ravi, Kathuria. (2024). Optimizing Talent Management Strategies for Enhanced Employee Engagement and Satisfaction in Automotive Sector. International Journal For Multidisciplinary Research, doi: 10.36948/ijfmr.2024.v06i04.24410
- Roberto, Carrasco., Seyna, Almengor. (2024). Gamificación para el desarrollo del capital humano. Revista FAECO sapiens, doi: 10.48204/j.faeco.v7n1.a4733
- Roberto, Carrasco., Seyna, Almengor. (2024). Gamificación para el desarrollo del capital humano. Revista FAECO sapiens, doi: 10.48204/j.faeco.v7n1.a4733
- Santa, Dreimane. (2024). A Gamified Learning Process Model. doi: 10.22364/htqe.2024.07
- Sattwik, Mohanty., B., Prabu, Christopher. (2024). Analysing the impact of gamification training on reinforcing the relationship of ISA employee engagement and employee task performance – empirical study. Industrial and Commercial Training, doi: 10.1108/ict-07-2023-0056
- Sneha, Chaurasiya. (2024). Enhancement on employee's drive and training and development results through gamification in India. Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies, doi: 10.58881/jcmts.v3i2.189
- Sneha, Chaurasiya. (2024). Enhancement on employee's drive and training and development

- results through gamification in India. *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, doi: 10.58881/jcmts.v3i2.189
- Swati, Tayal., K., Rajagopal. (2024). Gamification with Codeathon for Productivity Toward Sustainable Development Goal 8 – Decent Work and Economic Growth. *Brazilian journal of operations & production management*, doi: 10.14488/bjopm.2089.2024
- Tianshi, Hao., Ziyi, Liu., Hanhui, Bao., Siyuan, Chen., Jesse, Llamas., Michael, Llamas. (2024). Gamification as an Effective Method in Developing Leadership Skills and Competencies. doi: 10.57229/2834-2267.1039
- Valentina, Toscano. (2024). Gamification Against Inequalities at Work. *Advances in business information systems and analytics book series*, doi: 10.4018/979-8-3693-1172-1.ch003
- Wamika, Sharma., Weng, Marc, Lim., Satish, Kumar., Aastha, Verma., Rajeev, Kumra. (2024). Game on! A state-of-the-art overview of doing business with gamification. *Technological Forecasting and Social Change*, doi: 10.1016/j.techfore.2023.122988
- A., П., Гетьман., Oleg, M., Yaroshenko., Olga, Demenko., O., Lutsenko., Roman, Prokopiev. (2024). Gamification for staff motivation: Impact on work efficiency and corporate culture at the international level. *Journal of Economics & Management*, doi: 10.22367/jem.2024.46.11
- И.А., Трифонов., Konstantin, Yadrov. (2024). The role of gamification in the system of corporate personnel training. *Vestnik of Russian New University. Series "Man in the modern world"*, doi: 10.18137/rnu.v925x.24.01.p.069
- КОВАЖЕНКОВ, М.А., КОВАЖЕНКОВ, М.А., ВОДОПЬЯНОВА, Н.А., ВОДОПЬЯНОВА, Н.А., ЗАЛЫБИНА, А.И., ЗАЛЫБИНА, А.И., ЯКОВЛЕВА, Д.А., ЯКОВЛЕВА, Д.А., ГУБИН, Н.С., ГУБИН, Н.С., САВИН, М.В., САВИН, М.В., ЯГЛОВСКИЙ, О.И., ЯГЛОВСКИЙ, О.И.. (2024). Gamification as a tool to increase the level of motivation of the organization's staff. *Экономика и предпринимательство*, doi: 10.34925/eip.2024.163.2.178.