

ABSTRAK

Apotek K-24 merupakan jaringan apotek nasional yang bergerak dalam ritel jaringan apotek yang memiliki cabang di hampir seluruh pelosok Indonesia. Dalam perkembangannya Apotek K-24 menerapkan sistem gamifikasi pada program insentif penjualan yang diperuntukkan untuk karyawan Apotek K-24 yang didominasi oleh karakteristik generasi Z, wanita dan tenaga kesehatan farmasi. Pelaksanaan program insentif penjualan yang disebut dengan IPI belum berhasil mencapai target yang diberikan. Oleh karena itu penelitian ini menganalisis bagaimana motivasi dan keterikatan (*engagement*) karyawan untuk menjalankan sistem penjualan IPI yang menerapkan konsep gamifikasi di Apotek K-24, menganalisis bagaimana desain gamifikasi pada sistem insentif penjualan IPI yang telah diimplementasikan di Apotek K-24 ditinjau dari konsep *octalysis* dan menganalisis desain gamifikasi yang sesuai dengan karakteristik karyawan Apotek K-24 ditinjau dari konsep *octalysis* guna alternatif penyempurnaan dan perbaikan program insentif penjualan IPI.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan pertanyaan tertutup dan terbuka selanjutnya respon responden digali lebih dalam melalui FGD yang dilakukan secara daring.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program IPI yang telah dijalankan di Apotek K-24 memotivasi karyawan secara ekstrinsik namun belum menunjukkan dorongan motivasi intrinsik dan *engagement*. Program tersebut baru menerapkan salah satu inti penggerak *octalysis* saja yaitu *development & accomplishment* sehingga diperlukan penerapan inti penggerak *octalysis* lain yang berorientasi pada karakteristik karyawan Apotek K-24 seperti *epic meaning* dan *social influence* agar dapat menyeimbangkan motivasi ekstrinsik, motivasi intrinsik dan *engagement*. Penelitian ini memberikan rekomendasi model untuk penerapan gamifikasi pada program IPI selanjutnya dengan menggunakan konsep *octalysis*.

Kata Kunci: Gamifikasi, *Octalysis*, Motivasi, *Engagement*, Generasi Z, Tenaga kesehatan, Apoteker.

ABSTRACT

Apotek K-24 is a national retail pharmacy stores with all branches in all over Indonesia. In its development, Apotek K-24 implemented a gamification system in a sales incentive program intended for Apotek K-24 employees who were dominated by the characteristics of Generation Z, women and pharmaceutical health care. The implementation of the sales incentive program known as IPI has not succeeded in achieving the target. Therefore, this study analyzes how the motivation and engagement of employees to run the IPI sales system that applies the concept of gamification at Apotek K-24, analyzes how the gamification design in the IPI sales incentive system has been implemented at Apotek K-24 in terms of the Octalysis concept. and analyze the gamification design in accordance with the characteristics of Apotek K-24 employees in terms of the Octalysis concept for alternative improvements to the IPI sales incentive program.

The research method used in this study is a case study using a questionnaire instrument with closed and open questions, then respondents' responses are explored more deeply through FGDs conducted online.

The research results show that the IPI program that has been implemented at Apotek K-24 motivates employees extrinsically but has not shown intrinsic motivation and engagement. The program has only implemented one of the octalysis core drivers, development & accomplishment. So necessary to apply another core of the octalysis driver that is oriented to the characteristics of the K-24 Pharmacy employees such as epic meaning and social influence in order to balance of extrinsic motivation, intrinsic motivation and engagement. This study provides a model recommendation for the application of gamification in the next IPI program using the octalysis concept.

Keywords: Gamification, Octalysis, Motivation, Engagement, Z Generation, Heatlcare, Pharmacist.