

## PENGARUH INTRINSIC MOTIVATION TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS PADA STARTUP BERORIENTASI HIJAU

Oleh:  
Ni Putu Maha Lina

Politeknik Negeri Bali, Indonesia  
Kampus Politeknik Negeri Bali, Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung - Bali 80361

Email: putumahalina@pnb.ac.id

---

### ABSTRACT

*The study aims at analyzing the direct and indirect effects of intrinsic motivation, perceived ease of use, and behavioral intention on the 270 employees of eco-oriented startups in Bali. This study was conducted based on research gaps, namely: 1) the limitations of research that emphasizes intrinsic motivation in the behavioral intention of using recruitment games; and 2) the lack of studies that enrich the combination of SDT and TAM theory. The data were collected using a questionnaire with the help of SmartPLS. The results showed that: 1) Intrinsic motivation has a significant positive relationship to perceived ease of use; 2) Perceived ease of use has a significant positive relationship to behavioral intention; 3) Perceived ease of use mediates intrinsic motivation and behavioral intention; and 4) Intrinsic motivation has a significant positive relationship to behavioral intention.*

**Keywords:** *Behavioral Intentions, Intrinsic Motivation, Self Determination Theory, Technology Acceptance Model*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung dari motivasi intrinsik, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat berperilaku pada 270 karyawan startup berorientasi lingkungan di Bali. Penelitian ini dilakukan berdasarkan kesenjangan penelitian yaitu: 1) keterbatasan penelitian yang menekankan motivasi intrinsik pada niat perilaku menggunakan permainan rekrutmen; dan 2) minimnya kajian yang memperkaya perpaduan teori SDT dan TAM. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Motivasi intrinsik mempunyai hubungan positif signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan; 2) Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan positif signifikan terhadap niat berperilaku; 3) Persepsi kemudahan penggunaan memediasi motivasi intrinsik dan niat berperilaku; dan 4) Motivasi intrinsik mempunyai hubungan positif signifikan terhadap niat berperilaku.

**Kata Kunci:** *Behavioral Intentions, Intrinsic Motivation, Self Determination Theory, Technology Acceptance Model*

---

### PENDAHULUAN

Literature tentang rekrutmen mengindikasikan adanya pertentangan antara metode dan hasil yang dicapai. Metode rekrutmen konvensional cenderung memberikan penilaian

bias, mengesampingkan faktor integritas pelamar, dan menghasilkan rekrutmen yang tidak reliabel (Georgiou, Gouras and Nikolaou, 2019). Namun, pada kenyataannya perusahaan masih berlomba mendapatkan karyawan bertalenta dan mampu beradaptasi di berbagai situasi kerja dengan menerapkan metode konvensional (Ouariachi, Li and Elving, 2020). Padahal, penerapan metode rekrutmen (gamifikasi rekrutmen) yang lebih inovatif dan menyenangkan akan menentukan keberhasilan dan ketercapaian target capaian rekrutmen. Hal ini menandakan gamifikasi rekrutmen merupakan solusi atas *war of talent* yang kompetitif karena secara holistik memperhatikan aspek mekanikal, emosional, dan dinamis karyawan (Gkorezis *et al.*, 2021)

Riset eksplorasi tentang gamifikasi masih terbatas untuk ditemukan pada sektor bisnis hijau (Mulcahy, Russell-Bennett and Iacobucci, 2020). Padahal, riset gamifikasi pada sektor lain telah banyak dilakukan, seperti riset pada sektor pendidikan (Jääskä, Aaltonen and Kujala, 2021), bisnis manajemen (Larson, 2020), pariwisata (Widarti and Emanuel, 2020), dan periklanan (Silic *et al.*, 2020). Beberapa perusahaan multi-nasional seperti L'Oréal, PwC, dan Google bahkan telah menerapkan gamifikasi *training* dan *development* karyawan untuk membentuk *image* positif perusahaan (Shree and Singh, 2019). Oleh karena itu, urgensi riset eksplorasi gamifikasi pada bisnis hijau sangat diperlukan sehingga dapat berdampak positif bagi keberlanjutan bisnis di masa mendatang (Buil, Catalán and Martínez, 2020; Gkorezis *et al.*, 2021).

Beberapa perusahaan telah menciptakan gamifikasi pada proses rekrutmen kerja. Namun, ketidaksesuaian antara ekspektasi yang terlihat pada simulasi gamifikasi dengan situasi kerja yang sebenarnya sering ditemukan (Georgiou, Gouras and Nikolaou, 2019). Sebagai contoh, calon karyawan melihat dan meyakini perusahaan memiliki misi lingkungan pada percobaan tur virtual. Namun, kenyataannya situasi di lingkungan kerja tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan dalam tur virtual (Armstrong, Landers and Collmus, 2015). Hal ini menunjukkan ketidak sinkronan desain gamifikasi rekrutmen sehingga dapat menurunkan motivasi kerja dan perilaku pro-lingkungan karyawan di kemudian hari.

Riset yang berfokus pada eksplorasi faktor penentu penggunaan teknologi gamifikasi rekrutmen perlu mendapat perhatian lebih. Hal ini karena proses rekrutmen membutuhkan inovasi yang menarik dalam merekrut karyawan berbakat, melakukan pendekatan baru yang lebih menyenangkan, menantang dan reliabel (Buil, Catalán and Martínez, 2020). Namun, kebanyakan riset gamifikasi lebih menekankan pada adopsi game gamifikasi tanpa memperhatikan faktor motivasi intrinsik dari pengguna game (*user*). Oleh karena itu, penggabungan teori gamifikasi, rekrutmen, motivasi dan tingkat penerimaan teknologi merupakan sebuah kebaruan.

Kolaborasi teori motivasi *Self-Determination Theory (SDT)* (Deci, 1975) dan *The Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989) dapat menentukan perilaku pro-lingkungan calon karyawan. Ketika attitude positif calon karyawan terbentuk, permasalahan seperti ketidaksesuaian ekspektasi kerja, demotivasi dan mispersepsi dalam pekerjaan dapat diminimalkan (Vanduhe, Nat and Hasan, 2020). Dengan memasukkan berbagai teori ke dalam model yang komprehensif, maka kekuatan masing-masing teori dapat digunakan untuk memperkaya literatur dan menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang sedang dipelajari.

Dalam konteks rekrutmen yang tergamifikasi, SDT dan TAM menyediakan kerangka kerja yang berguna untuk menganalisis reaksi pelamar kerja dari berbagai perspektif (Buil, Catalán and Martínez, 2020; Vanduhe, Nat and Hasan, 2020). Sikap pelamar terhadap prosedur pemilihan teknologi gamifikasi dalam rekrutmen dapat dijelaskan dengan keyakinan mereka tentang teknologi yang digunakan (misalnya, kemudahan penggunaan

yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan), seperti yang disarankan oleh TAM. Di sisi lain, berdasarkan SDT, sikap pelamar dapat ditentukan oleh motivasi untuk terlibat dalam proses tersebut. Sikap mereka lebih cenderung positif ketika pelamar termotivasi secara mandiri, yaitu ketika mereka terlibat dalam prosedur rekrutmen.

Studi ini memberikan kontribusi terhadap riset keilmuan dan praktis dalam beberapa cara: Pertama, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana calon pekerja di industri bisnis hijau memandang dan menanggapi alat rekrutmen yang digamifikasi melalui penggabungan teori Gamifikasi, Rekrutmen, SDT dan TAM (Clark *et al.*, 2021). Teori Gamifikasi dan rekrutmen berkontribusi dalam tahap perancangan, pengembangan dan evaluasi game. Sedangkan, SDT dan TAM berguna dalam menjelaskan sikap pelamar dari perspektif motivasi intrinsik yang mendorong perilaku pro-lingkungan. Kedua, penelitian ini menawarkan produk gamifikasi rekrutmen yang memberi kebaruan sebagai alat seleksi karyawan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Self Determination Theory (SDT)*

SDT adalah teori makro motivasi yang dibagi ke dalam 3 kebutuhan psikologis yaitu kompetensi, otonomi, dan keterkaitan (Buil *et al.*, 2020). Kompetensi adalah semua sifat yang memungkinkan individu mampu melakukan pekerjaan dengan baik (Ahmed & Hashim, 2022). Kompetensi menekankan pada kepercayaan tentang kemampuan individu dalam menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan (Suen *et al.*, 2022). Secara umum, kebutuhan akan kompetensi mengacu pada pengalaman perilaku yang efektif dan terkait dengan kebutuhan akan tantangan dan kemampuan untuk mencapai hasil yang diinginkan (Chen & Zhao, 2022). Otonomi menggambarkan ruang psikologis untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu tanpa tekanan atau paksaan eksternal (Raman *et al.*, 2022). Kebebasan otonomi mengacu pada keterampilan (a) fleksibilitas pilihan, yang berarti memiliki kemampuan untuk memilih di antara banyak strategi, serta (b) kebermaknaan tugas yang berpengalaman, yang menunjukkan bahwa strategi yang tersedia sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Strategi motivasi seperti hadiah dan ancaman dapat membatasi otonomi dan dengan demikian menurunkan motivasi intrinsik, kreativitas yang kurang, dan pemecahan masalah yang lebih buruk. Sebaliknya, memberikan fleksibilitas pilihan dapat meningkatkan rasa inisiatif diri sehingga memberikan kepuasan akan kebutuhan otonomi dan meningkatkan motivasi intrinsik (Deci & Ryan, 2000).

Keterkaitan kompetensi dan otonomi ke dalam motivasi intrinsik ditunjukkan dengan pemanfaatan kompetensi dan otonomi ke dalam kegiatan yang dianggap menarik, memberikan kebaruan dan tantangan yang optimal. Video game mampu meningkatkan motivasi intrinsik karena memberi pemain pengalaman yang memuaskan kebutuhan psikologis pengguna (Buil *et al.*, 2020). Lebih lanjut, studi tentang motivasi intrinsik menunjukkan beberapa elemen game yang meningkatkan dan menurunkan kompetensi. Elemen tersebut antara lain (a) *rewards* yang cenderung menurunkan motivasi intrinsik, sedangkan *choice* cenderung meningkatkan motivasi intrinsik.; (b) *feedback* negatif yang mendorong persepsi ketidakmampuan cenderung menurunkan motivasi intrinsik, sedangkan *feedback* positif cenderung menumbuhkan kompetensi sekaligus meningkatkan motivasi intrinsik (Deci & Ryan, 2000).

Penelitian menemukan bahwa kebutuhan kompetensi dan otonomi mempengaruhi kenikmatan bermain dan niat untuk bermain *game* di masa depan (Buil *et al.*, 2020). Hal ini menandakan, kompetensi dan otonomi mampu meningkatkan motivasi intrinsik ketika

individu merasa bertanggung jawab atas performa permainannya (Neys et al., 2014). Studi lain menunjukkan, ketika karyawan memperoleh otonomi dan kompetensi dalam bermain game, tingkat motivasi intrinsik dan perilaku yang ditunjukkan untuk menggunakan aplikasi gamifikasi lebih tinggi (G. E. Mitchell & Schmitz, 2018). Lebih lanjut, studi tentang *game* konservasi energi mendukung temuan hubungan positif kompetensi dengan motivasi intrinsik dari pengguna *game* (Wee & Choong, 2019). Jadi, dapat disimpulkan bahwa beberapa elemen gamifikasi memberikan kepuasan kebutuhan akan kompetensi, sehingga mampu meningkatkan motivasi intrinsik pengguna game. Berdasarkan deskripsi di atas, maka dapat diformulasikan hipotesis sebagai berikut:

Studi menyarankan agar manajer mengembangkan aplikasi gamifikasi yang memanfaatkan elemen desain game yang mendukung kepuasan kebutuhan otonomi dan kompetensi (G. E. Mitchell & Schmitz, 2018). Elemen game berupa rencana, papan peringkat, dan grafik kinerja berpengaruh positif terhadap kepuasan kebutuhan kompetensi, sedangkan kustomisasi avatar, pilihan pemain, dan opsi dialog berpengaruh positif terhadap kepuasan kebutuhan otonomi (Gkorezis et al., 2021).

### **Technology Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model (TAM)* telah digunakan dalam berbagai penelitian untuk menjelaskan prediktor perilaku manusia terhadap potensi penerimaan atau penolakan suatu teknologi. Menurut TAM, penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh tiga anteseden yaitu: *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *behavioral intention* (Chen & Zhao, 2022). *Perceived usefulness* membantu pengguna teknologi dalam meningkatkan performa kinerja, sedangkan *perceived ease of use* memberikan kemudahan navigasi dalam menggunakan teknologi (Vanduhe et al., 2020). Lebih lanjut, premis TAM menerangkan tentang *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang memengaruhi niat perilaku individu secara langsung.

*Intrinsic motivation* dapat dijelaskan melalui kompetensi dan otonomi. Studi menemukan bahwa individu yang merasa kompeten ketika menggunakan teknologi cenderung menganggap teknologi tersebut berguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Hubungan ini telah dibuktikan dalam konteks pembelajaran (Chen & Zhao, 2022). Sedangkan dalam otonomi, penelitian telah menunjukkan bahwa otonomi memengaruhi persepsi individu tentang *perceived ease of use* (Fathali & Okada, 2018). Lebih lanjut, studi lain juga menyoroti dampak positif dari otonomi yang dirasakan saat menggunakan teknologi pada kemudahan penggunaan dalam rekrutmen (Buil et al., 2020). Demikian pula, kepuasan akan kebutuhan otonomi juga dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dalam tempat kerja (Buil et al., 2020).

#### **H1. *Intrinsic motivation* berhubungan signifikan positif terhadap *perceived ease of use***

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa semakin banyak orang merasa bahwa teknologi rekrutmen sumber daya manusia mudah digunakan, semakin mereka merasa berguna (Buil et al., 2020). Persepsi tersebut menentukan niat untuk menggunakan berbagai teknologi sumber daya manusia dalam rekrutmen dan *training* (Buell et al., 2022; Obaid et al., 2020; Silic et al., 2020). Secara teoritis, ketika karyawan merasakan lebih banyak kemudahan penggunaan terhadap suatu teknologi, mereka akan merasakan kegunaannya, dan ketika mereka merasakan lebih banyak kemudahan penggunaan dan kegunaan, mereka akan memiliki lebih banyak niat perilaku untuk menerima teknologi dan benar-benar menggunakannya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* mampu memprediksi *behavioral intention* dari karyawan.

## **H2. *Perceived ease of use* berhubungan signifikan positif terhadap *behavioral intention***

Motivasi intrinsik karyawan memengaruhi persepsi *perceived ease of use* terhadap niat penggunaan teknologi (Buil et al., 2020). Karyawan yang termotivasi secara intrinsik akan menggunakan teknologi rekrutmen untuk kesenangan yang mereka temukan secara bersamaan. Ketika karyawan menikmati proses rekrutmen yang tergamifikasi, mereka cenderung melupakan kesulitan dalam menggunakan teknologi dan merasa lebih mudah untuk menggunakan teknologi tersebut (Chen & Zhao, 2022).

## **H3. *Perceived ease of use* memediasi *intrinsic motivation* dan *behavioral intention***

Para peneliti menemukan bahwa dua faktor motivasi intrinsik, yaitu otonomi dan kompetensi, menunjukkan pengaruh positif terhadap niat berperilaku (Raman et al., 2022). Ketika karyawan memiliki otonomi dan kompetensi dalam aplikasi gamifikasi rekrutmen, mereka menunjukkan tingkat motivasi intrinsik dan niat perilaku yang lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi gamifikasi (R. Mitchell et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa manajer harus mengembangkan aplikasi gamifikasi yang memanfaatkan elemen desain game yang mendukung kepuasan kebutuhan otonomi dan kompetensi.

## **H4. *Intrinsic motivation* berhubungan signifikan positif terhadap *behavioral intention***

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen sumber daya manusia yang meliputi: operasionalisasi variabel, metode pengumpulan data dan informasi, menentukan populasi, menghitung ukuran sampel dan pengambilan sampel, dan merancang analisis yang dilakukan dalam pengujian hipotesis penelitian. Metode perhitungan sampel dan populasi merujuk pada (Krejcie & Morgan, 1970). Studi penelitian melibatkan 270 calon karyawan *startup* berorientasi lingkungan di Bali tahun 2020 – 2023 (tabel 1).

Berdasarkan karakteristik fenomena penelitian, penelitian ini melibatkan variabel-variabel yang menjadi fokus dalam penelitian (Leguina, 2015). Oleh karena itu, metodologi kuantitatif digunakan untuk mengatasi masalah penelitian ini. Penyusunan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kausalitas. Studi analisis kausalitas menentukan pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini menggunakan teknik skala likert 5 poin untuk mengukur variabel yang akan diteliti melalui asumsi responden dengan menggunakan pendekatan skala likert. Skala Likert dirancang untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang diperlukan untuk mengukur hubungan antar variabel, seperti yang terlihat pada. Operasionalisasi variabel *intrinsic motivation* dan *perceived ease of use* merujuk pada penelitian sebelumnya (Buil et al., 2020). Sedangkan, operasionalisasi variabel *behavioral intention* merujuk pada penelitian sebelumnya (R. Mitchell et al., 2020)

Tabel 1. Penarikan Populasi dan Sampel

No	Startup berorientasi lingkungan	Populasi	Persentase Populasi	(x) Sampel	Sampel	Responden
1	Startup Kriya	17	0.309	16.808	17	85
2	Startup Agrobisnis	18	0.327	17.785	18	90
3	Startup Pariwisata dan jasa	20	0.36	19.235	19	95
	Total	55	1	54328	54	270

Populasi penelitian ini adalah sebanyak 270 calon karyawan *startup* berorientasi lingkungan di Bali tahun 2020 - 2023. Penelitian ini didasarkan pada random sampling yang dipilih berdasarkan populasi pada tabel 1. Hal ini dianggap cukup mendukung uji sampling. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 5 poin. Khususnya, penelitian ini akan menerapkan kuesioner yang dikelola sendiri untuk memastikan privasi responden dan untuk mengurangi keraguan responden saat menjawab pertanyaan.

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan Smart PLS. Ini adalah perangkat lunak pemodelan persamaan struktural (SEM) yang dimaksudkan untuk menganalisis signifikansi setiap hubungan antara variabel penelitian. Karena variansi berdasarkan algoritma statistiknya, indeks kecocokan tidak perlu dilakukan (Leguina, 2015). Analisis data akan dilakukan berdasarkan dua langkah: (1) model luar, yang meliputi pengujian reliabilitas komposit (CR), validitas diskriminan dan konvergen, pemuatan luar, dan penilaian kolinearitas; (2) inner model, yang meliputi evaluasi nilai t untuk pengujian hipotesis, koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), ukuran efek (f<sup>2</sup>), dan relevansi prediktif (Q<sup>2</sup>).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)*

Dalam evaluasi model pengukuran, ada 2 pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas yang hasilnya adalah sebagai berikut:

#### *Uji Validitas*

Nilai *loading factor* pada variabel *intrinsic motivation* dan *behavioral Intention* dapat dilihat pada tabel 4.5 yaitu semua indikatornya memiliki nilai *loading* di atas 0,50 dan p-value di bawah 5%. Sedangkan nilai *loading* untuk variabel *perceived ease of use* adalah sebagai berikut:

Tabel 2. *Combined Loadings* pada Variabel PEOU

Variabel	Loading	p-value
PEOU1	0.870	0.000
PEOU2	0.855	0.000
PEOU3	0.749	0.000

Berdasarkan hasil pengujian *combined loading* pada tabel 2 maka dapat menjelaskan bahwa semua indikator pada variabel *perceived ease of use* memiliki nilai *loading* lebih

dari 0,50 dan p-value kurang dari 5% sehingga semua item pernyataan tersebut memiliki validitas konvergen yang baik. Pemeriksaan selanjutnya dari convergent validity yaitu dengan melihat output AVE. Konstrak memiliki convergent validity yang baik adalah apabila nilai AVE melebihi 0,50. Adapun hasil dari nilai AVE dapat ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Nilai AVE pada Variabel PEOU

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
PEOU	0.683

Tabel 3 menjelaskan bahwa nilai AVE dari variabel *perceived ease of use* lebih dari 0,50 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian memiliki nilai validitas konvergen yang baik. Selain nilai *loading* masing-masing indikator ke konstruk yang harus memenuhi syarat, *loading* antar indikator juga harus diperhatikan, dimana nilai *loading* ke konstruk yang lain lebih rendah daripada konstruk tersebut (*cross loading*). Hasil *cross loading* dapat ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 4. *Cross Loadings* pada Variabel PEOU

Variabel	BI	IM	PEOU
PEOU1	0.424	0.586	0.870
PEOU2	0.305	0.546	0.855
PEOU3	0.472	0.252	0.749

Validitas diskriminan pada penelitian ini dapat dilihat dari *cross loading* yang dapat dilihat pada tabel 4, yang menyatakan bahwa masing-masing indikator penelitian memiliki *loading* yang nilainya lebih besar pada variabelnya sendiri daripada ke variable lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing indikator variabel penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 5. Nilai Korelasi Variabel Konstrak pada Variabel PEOU

Variabel	BI	IM	PEOU
PEOU	0.477	0.579	0.827

Korelasi antar konstruk (laten variable) menunjukkan keandalan suatu konstruk apabila nilai akar AVE lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk yang lain. Hasil penelitian pada tabel 5 menunjukkan bahwa semua konstruk mempunyai keandalan tinggi dimana nilai-nilai diagonal lebih besar dari korelasi konstruk lainnya sehingga semua konstruk mempunyai validitas diskriminan yang baik.

### Uji Reliabilitas

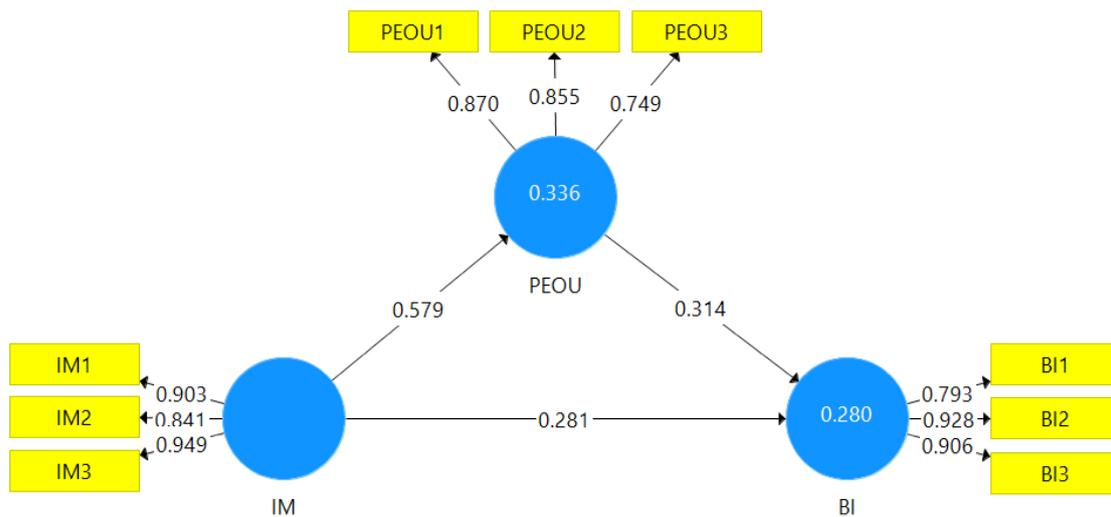
Adapun nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* pada masing-masing variabel penelitian. Dilihat dari tabel 6 di bawah menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari variabel PEOU mempunyai nilai lebih dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel PEOU mempunyai reliabilitas yang tinggi.

Tabel 6. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada Variabel PEOU

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
PEOU	0.866	0.769

**Persamaan Model PLS**

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu *intrinsic motivation*, *behavioral intention* dan *perceived ease of use*. Adapun model penelitian yang dihasilkan adalah sebagai berikut (figure 1):



Gambar 1. Model Penelitian PLS

Koefisien jalur dari kedua persamaan tersebut bernilai positif yang artinya apabila ada kenaikan *intrinsic motivation* maka *perceived ease of use* akan mengalami kenaikan pula. Begitu juga dengan *behavioral intention* akan mengalami kenaikan, apabila *intrinsic motivation* dan *perceived ease of use* naik. Dalam menilai model struktural dengan struktural PLS dapat dilihat dari nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Nilai *R-Square* merupakan uji *goodness fit model* yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Berikut ini hasil *R-Square*:

Tabel 7. Nilai *R-Square*

	<b>R Square</b>	<b>Q square</b>
BI	0.280	0,208
PEOU	0.336	0,220

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* yang dihasilkan variabel BI (*behavioral intention*) sebesar 0,280 yang artinya besarnya pengaruh *intrinsic motivation* dan *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* sebesar 28% dan sisanya 72% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini. Sedangkan nilai *R-Square* yang dihasilkan variabel PEOU (*perceived ease of use*) sebesar 0,336 yang artinya besarnya pengaruh *intrinsic motivation* terhadap *perceived ease of use* sebesar 33,6% dan sisanya 66,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini.

Nilai Predictive relevance (Q-Square) yang dihasilkan diatas nol yaitu 0,208 dan 0,220 yang artinya model yang dihasilkan memiliki nilai observasi yang baik (predictive relevance). Sedangkan nilai F-Square yang dihasilkan adalah:

Tabel 8. Nilai F-Square

	BI	PEOU
IM	0.073	0.505
PEOU	0.091	

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai F-Square pada variabel *perceived ease of use* lebih dari 0,35 yang artinya variabel laten eksogen memiliki pengaruh yang tinggi. Pada variabel *behavioral intention* kurang dari 0,35 yang artinya variabel laten eksogen memiliki pengaruh yang kecil.

### Uji Hipotesis

#### ***Pengaruh Intrinsic Motivation Terhadap Behavioral Intention***

Untuk mengetahui apakah *intrinsic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Uji Hipotesis 4

No.	Variabel	Nilai Koefisien	T Statistics ( O/STDEV )	P-Value
1	IM -> BI	0.463	9.351	0.000

Berdasarkan tabel 9 menyimpulkan bahwa *intrinsic motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* dilihat dari nilai uji t sebesar 9,351 dengan tingkat signifikan (p-value) kurang dari 5% dan nilai koefisiennya bertanda positif. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "*intrinsic motivation* berhubungan signifikan positif terhadap *behavioral intention*" teruji kebenarannya. Temuan ini mendukung riset sebelumnya yang menunjukkan bahwa ketika karyawan memiliki otonomi dan kompetensi dalam bermain game rekrutmen, maka tingkat motivasi intrinsik dan niat untuk menggunakan aplikasi rekrutmen gamifikasi menjadi lebih tinggi (R. Mitchell et al., 2020).

#### ***Pengaruh Perceived Ease of Use dalam Memediasi Intrinsic Motivation dengan Behavioral Intention***

Penelitian ini memiliki 3 hipotesis dan berdasarkan hasil PLS, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Hipotesis 1 dan 2

No.	Variabel	Nilai Koefisien	T Statistics ( O/STDEV )	P-Value
1	IM -> PEOU	0.579	11.395	0.000
2	PEOU -> BI	0.314	4.405	0.000

Berdasarkan tabel 10 dapat disimpulkan bahwa *intrinsic motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease of use* dilihat dari nilai uji t sebesar 11,395 dengan tingkat signifikan (p-value) kurang dari 5%. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "*intrinsic motivation* berhubungan signifikan positif terhadap *perceived ease of use*" teruji kebenarannya. Temuan riset mendukung temuan riset sebelumnya yang menunjukkan bahwa otonomi, penelitian telah menunjukkan bahwa otonomi memengaruhi persepsi individu tentang *perceived ease of use* (Fathali & Okada, 2018).

*Perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* dilihat dari nilai uji t sebesar 4,405 dengan tingkat signifikan (p-value) kurang dari 5%. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berhubungan signifikan positif terhadap *behavioral intention*" teruji kebenarannya. Temuan riset ini mendukung temuan riset sebelumnya yang menunjukkan bahwa semakin banyak orang merasa bahwa teknologi rekrutmen sumber daya manusia mudah digunakan, semakin mereka merasa berguna (Buil et al., 2020). Persepsi tersebut menentukan niat untuk menggunakan berbagai teknologi sumber daya manusia dalam rekrutmen dan *training* (Buell et al., 2022; Obaid et al., 2020; Silic et al., 2020).

Tabel 11. Uji Hipotesis 3

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
IM -> BI	0.182	3.822	0.000

Berdasarkan tabel 11 terlihat nilai uji t sebesar 3,822 dengan tingkat signifikan (p-value) kurang dari 5% yang artinya *perceived ease of use* signifikan memediasi *intrinsic motivation* dan *behavioral intention*, sehingga hipotesis teruji kebenarannya. Temuan ini mendukung riset sebelumnya yang menunjukkan bahwa ketika karyawan memiliki motivasi intrinsik dan menikmati proses rekrutmen yang tergamifikasi, mereka cenderung melupakan kesulitan dalam menggunakan teknologi dan merasa lebih mudah untuk mengadopsi teknologi tersebut (Chen & Zhao, 2022).

Studi ini memberikan implikasi terhadap riset keilmuan dan terapan dalam beberapa cara: Pertama, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana calon pekerja di *startup* berorientasi lingkungan memandang dan menanggapi alat rekrutmen yang digamifikasi melalui penggabungan teori SDT dan TAM ke dalam rekrutmen (Clark et al., 2021). Teori SDT dan TAM berguna dalam menjelaskan sikap pelamar dari perspektif motivasi intrinsik yang mendorong perilaku pro-lingkungan. Kedua, penelitian ini mencoba mengeksplorasi faktor-faktor penentu *behavioral intention* pada rekrutmen yang tergamifikasi. Studi ini akan membantu manajer sumber daya manusia dalam memandang dan menggunakan alat rekrutmen gamifikasi dengan cara yang efektif.

## PENUTUP

### Kesimpulan

*Startup* berorientasi lingkungan membutuhkan beberapa faktor yang mendukung penerapan gamifikasi rekrutmen untuk calon karyawannya. Peran *intrinsic motivation* menjadi salah satu faktor yang dapat berkontribusi dalam keberhasilan gamifikasi rekrutmen. Hal ini karena, ketika karyawan memiliki otonomi dan kompetensi dalam aplikasi gamifikasi rekrutmen, mereka menunjukkan tingkat motivasi intrinsik dan niat perilaku yang lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi gamifikasi. Antecedent lain yang

mempengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan game rekrutmen adalah *perceived ease of use*. Hal ini karena, ketika calon karyawan menikmati proses rekrutmen yang tergamifikasi, mereka cenderung melupakan kesulitan dalam menggunakan teknologi dan merasa lebih mudah untuk menggunakan teknologi tersebut. Kedua faktor tersebut menghasilkan *behavioral intention* yang signifikan. Penelitian selanjutnya dapat memfokuskan pada peran anteseden *perceived usefulness* untuk memperkaya literatur *self determination theory* dan *technology acceptance model*. Penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya, responden yang dimungkinkan belum mampu untuk digeneralisasikan kedalam penelitian berskala lebih besar. Penelitian ini hanya meneliti 3 jenis startup berorientasi hijau yang mana belum mampu digeneralisasikan pada jenis perusahaan dan industri yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, U., & Hashim, S. (2022). Sustainable Brand Management: The Role of Internal Brand Management and Intrinsic Motivation in Building Employee's Brand Relationship Quality towards Organization's Brand. *Sustainability (Switzerland)*, 14(24). <https://doi.org/10.3390/su142416660>
- Armstrong, M. B., Landers, R. N., & Collmus, A. B. (2015). Gamifying recruitment, selection, training, and performance management: Game-thinking in human resource management. *Emerging Research and Trends in Gamification, August 2015*, 140–165. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8651-9.ch007>
- Buell, R. W., Cai, W., & Sandino, T. (2022). Learning or Playing? The Effect of Gamified Training on Performance. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4307211>
- Buil, I., Catalán, S., & Martínez, E. (2020). Understanding applicants' reactions to gamified recruitment. *Journal of Business Research*, 110(December 2019), 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.041>
- Chen, Y., & Zhao, S. (2022). Understanding Chinese EFL Learners' Acceptance of Gamified Vocabulary Learning Apps: An Integration of Self-Determination Theory and Technology Acceptance Model. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18). <https://doi.org/10.3390/su141811288>
- Clark, R., Spisso, A., Ketchman, K. J., Landis, A. E., Parrish, K., Mohammadizazi, R., & Bilec, M. M. (2021). Gamifying Sustainable Engineering Courses: Student and Instructor Perspectives of Community, Engagement, Learning, and Retention. *Journal of Civil Engineering Education*, 147(4). [https://doi.org/10.1061/\(asce\)ei.2643-9115.0000047](https://doi.org/10.1061/(asce)ei.2643-9115.0000047)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deci, E. L. (1975). Intrinsic Motivation and Development. *Intrinsic Motivation*, 65–92. [https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9_3)

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01)
- Fathali, S., & Okada, T. (2018). Technology acceptance model in technology-enhanced OCLL contexts: A self-determination theory approach. *Australasian Journal of Educational Technology*, 34(4), 138–154. <https://doi.org/10.14742/ajet.3629>
- Georgiou, K., Gouras, A., & Nikolaou, I. (2019). Gamification in employee selection: The development of a gamified assessment. *International Journal of Selection and Assessment*, 27(2), 91–103. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12240>
- Gkorezis, P., Georgiou, K., Nikolaou, I., & Kyriazati, A. (2021). Gamified or traditional situational judgement test? A moderated mediation model of recommendation intentions via organizational attractiveness. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(2), 240–250. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2020.1746827>
- Jääskä, E., Aaltonen, K., & Kujala, J. (2021). Game-based learning in project sustainability management education. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15). <https://doi.org/10.3390/su13158204>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). *ACTIVITIES*. 38, 607–610.
- Larson, K. (2020). Serious Games and Gamification in the Corporate Training Environment: a Literature Review. *TechTrends*, 64(2), 319–328. <https://doi.org/10.1007/s11528-019-00446-7>
- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). In *International Journal of Research & Method in Education* (Vol. 38, Issue 2). <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- Mitchell, G. E., & Schmitz, H. P. (2018). The Nexus of Public and Nonprofit Management. In *Public Performance & Management Review* (Vol. 42, Issue 1, pp. 11–33). Informa UK Limited. <https://doi.org/10.1080/15309576.2018.1489293>
- Mitchell, R., Schuster, L., & Jin, H. S. (2020). Gamification and the impact of extrinsic motivation on needs satisfaction: Making work fun? *Journal of Business Research*, 106(November 2017), 323–330. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.022>
- Mulcahy, R., Russell-Bennett, R., & Iacobucci, D. (2020). Designing gamified apps for sustainable consumption: A field study. *Journal of Business Research*, 106(October), 377–387. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.026>
- Neys, J. L. D., Jansz, J., & Tan, E. S. H. (2014). Exploring persistence in gaming: The role of self-determination and social identity. *Computers in Human Behavior*, 37, 196–209. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.047>
- Obaid, I., Farooq, M. S., & Abid, A. (2020). Gamification for Recruitment and Job

Training: Model, Taxonomy, and Challenges. *IEEE Access*, 8, 65164–65178.  
<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2984178>

Ouariachi, T., Li, C. Y., & Elving, W. J. L. (2020). Gamification approaches for education and engagement on pro-environmental behaviors: Searching for best practices. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114565>

Raman, A., Thannimalai, R., Rathakrishnan, M., & Ismail, S. N. (2022). Investigating the influence of intrinsic motivation on behavioral intention and actual use of technology in moodle platforms. *International Journal of Instruction*, 15(1), 1003–1024.  
<https://doi.org/10.29333/iji.2022.15157a>

Shree, S., & Singh, A. S. (2019). Exploring Gamification for Recruitment through Actor Network Theory. *South Asian Journal of Human Resources Management*, 6(2), 242–257. <https://doi.org/10.1177/2322093719863912>

Silic, M., Marzi, G., Caputo, A., & Bal, P. M. (2020). The effects of a gamified human resource management system on job satisfaction and engagement. *Human Resource Management Journal*, 30(2), 260–277. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12272>

Suen, T. Y. T., Cheung, S. K. S., Wang, F. L., & Hui, J. Y. K. (2022). Effects of Intrinsic and Extrinsic Motivational Factors on Employee Participation in Internal Crowdsourcing Initiatives in China. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14).  
<https://doi.org/10.3390/su14148878>

Vanduhe, V. Z., Nat, M., & Hasan, H. F. (2020). Continuance Intentions to Use Gamification for Training in Higher Education: Integrating the Technology Acceptance Model (TAM), Social Motivation, and Task Technology Fit (TTF). *IEEE Access*, 8, 21473–21484. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2966179>

Wee, S. C., & Choong, W. W. (2019). Gamification: Predicting the effectiveness of variety game design elements to intrinsically motivate users' energy conservation behaviour. *Journal of Environmental Management*, 233(April 2018), 97–106.  
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.11.127>

Widarti, E., & Emanuel, A. W. R. (2020). Mobile application design for heritage tourism uses gamification approach in Indonesia. *International Journal of Engineering Pedagogy*, 10(5), 89–102. <https://doi.org/10.3991/ijep.v10i5.13205>