

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai persepsi generasi Z terhadap penerapan gamifikasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pemilik pada Koperasi Konsumen Keluarga Besar IKOPIN University, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa anggota IU COOP, diperoleh tanggapan bahwa persepsi Generasi Z secara umum bersifat positif terhadap penerapan gamifikasi, dan persepsi tersebut berpotensi memperkuat partisipasi anggota sebagai pemilik melalui *Behavioral Intention*. Hal ini terlihat dari indikator-indikator yang diadaptasi dari model UTAUT, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*, serta diperkuat dengan indikator *Behavioral Intention*.

- 1) *Performance Expectancy*: Mahasiswa Anggota IU COOP atau generasi Z percaya bahwa penerapan elemen gamifikasi, seperti sistem poin, leaderboard, dan reward, dapat memberikan nilai tambah karena mampu membuat partisipasi dalam koperasi terasa lebih menarik, bermanfaat, dan menyenangkan.

- 2) *Effort Expectancy*: Mahasiswa Anggota IU COOP menilai bahwa penggunaan gamifikasi relatif mudah dipahami dan dioperasikan. Hal ini dikarenakan generasi Z sudah terbiasa dengan penggunaan aplikasi digital interaktif sehingga hambatan dalam memanfaatkan gamifikasi relatif kecil.
 - 3) *Social Influence*: Responden menunjukkan adanya dorongan sosial, di mana mereka merasa lebih termotivasi ketika melihat teman sebaya atau sesama anggota koperasi ikut berpartisipasi aktif melalui platform gamifikasi. Faktor ini memperkuat keyakinan mereka bahwa gamifikasi layak untuk diterapkan.
 - 4) *Facilitating Condition*: Anggota mahasiswa IU COOP telah memiliki sarana pendukung seperti smartphone, akses internet, serta pengetahuan dasar mengenai penggunaan aplikasi, sehingga penerapan gamifikasi dapat lebih mudah diintegrasikan dalam aktivitas koperasi.
 - 5) *Behavioral Intention*: Anggota Mahasiswa IU COOP memiliki minat dan niat untuk menggunakan fitur gamifikasi apabila koperasi benar-benar menerapkannya. Mereka bahkan menyatakan bersedia merekomendasikan penggunaan gamifikasi kepada anggota lain sebagai sarana peningkatan partisipasi.
2. Meskipun persepsi anggota generasi Z menunjukkan respons positif terhadap penerapan gamifikasi, koperasi tetap perlu melakukan strategi pendukung agar partisipasi dapat meningkat secara optimal. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan sosialisasi dan edukasi terkait manfaat gamifikasi, menyediakan reward yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa, serta

berkolaborasi dengan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) atau *Member Activity Center* (MAC) IU COOP agar implementasi gamifikasi lebih interaktif, kompetitif, dan mampu menciptakan loyalitas anggota terhadap koperasi.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi generasi Z terhadap penerapan gamifikasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pemilik pada Koperasi Konsumen Keluarga Besar IKOPIN University, maka dapat dirumuskan beberapa saran yang relevan dan aplikatif. Saran ini ditujukan tidak hanya bagi pengurus koperasi sebagai praktisi, tetapi juga bagi akademisi serta peneliti selanjutnya agar hasil penelitian dapat memberikan kontribusi nyata baik dalam praktik maupun pengembangan ilmu pengetahuan.

1. Mengatasi keterbatasan penelitian, keterbatasan utama penelitian ini adalah fokus yang hanya menggunakan kuesioner berbasis teori UTAUT tanpa pengujian jangka panjang terhadap implementasi nyata gamifikasi. Oleh karena itu, pada penelitian mendatang disarankan untuk melakukan uji coba eksperimental melalui aplikasi prototipe gamifikasi koperasi agar dapat mengukur dampak langsung terhadap perilaku partisipasi anggota. Dengan demikian, validitas hasil penelitian dapat diperkuat dan temuan yang diperoleh lebih aplikatif dalam konteks pengelolaan koperasi.
2. Bagi praktisi dan pengurus koperasi, penerapan gamifikasi pada Koperasi Konsumen Keluarga Besar IKOPIN University sebaiknya segera direncanakan secara strategis melalui aplikasi digital koperasi. Beberapa konsep gamifikasi yang dapat dipertimbangkan antara lain:

- a. Sistem Poin dan Reward: Setiap anggota yang rutin membayar simpanan wajib atau sukarela mendapatkan poin, yang kemudian dapat ditukar dengan insentif seperti merchandise koperasi, voucher belanja, atau diskon produk koperasi.
- b. Leaderboard (Papan Peringkat): Menampilkan peringkat anggota dengan partisipasi tertinggi, sehingga tercipta kompetisi sehat di antara mahasiswa untuk lebih aktif berkontribusi.
- c. Misi dan Level: Menyediakan tantangan bertahap, misalnya menyelesaikan pembayaran simpanan selama tiga bulan berturut-turut akan menaikkan level anggota. Hal ini dapat menumbuhkan motivasi jangka panjang.
- d. Badge dan Achievement: Memberikan lencana digital sebagai simbol pencapaian, misalnya "*Top Saver*" bagi anggota yang konsisten membayar simpanan, atau "*Pioneer Member*" bagi anggota yang aktif mengajak teman ikut serta.

Sebagai tambahan, koperasi juga dapat memanfaatkan peran Member Activity Center (MAC) sebagai komunitas kaderisasi untuk mendukung sosialisasi aplikasi, menyebarkan informasi program gamifikasi, dan mendorong interaksi antaranggota. Dengan begitu, gamifikasi tidak hanya berfungsi secara transaksional, tetapi juga diperkuat oleh dukungan sosial dari sesama anggota.

3. Bagi akademisi dan pemangku kepentingan, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan digital yang sesuai dengan karakter generasi Z. Oleh karena itu, institusi pendidikan dan pengelola koperasi kampus dapat menjadikan penelitian ini sebagai dasar untuk merancang kurikulum maupun

program pelatihan yang menekankan pada inovasi digital dalam manajemen koperasi. Akademisi juga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai rujukan dalam mengembangkan model partisipasi berbasis teknologi, sehingga koperasi tidak hanya menjadi sarana ekonomi, tetapi juga laboratorium pembelajaran inovatif bagi mahasiswa.

4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada satu koperasi kampus dengan responden mahasiswa generasi Z, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Peneliti selanjutnya dapat memperluas objek kajian pada koperasi di luar kampus atau membandingkan antar generasi (misalnya Gen X, Y, dan Z) untuk mengetahui perbedaan persepsi terkait gamifikasi. Selain itu, metodologi kualitatif mendalam, seperti wawancara atau focus group discussion (FGD), dapat digunakan untuk menggali motivasi intrinsik dan hambatan yang lebih detail dari anggota.