

Perancangan Board Game Sebagai Media Pelatihan Karyawan dalam Penerapan Core Value AKHLAK di PT Pos Indonesia (Persero)

Vincensius Dinar Satria Wijaya*, T. Arie Setiawan Prasida, Jasson Prestiliano

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana
Jalan Diponegoro No.52-60, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50711, INDONESIA

Article Info:

Submitted: May 06, 2023

Reviewed: June 07, 2023

Accepted: December 02, 2023

Corresponding Author:

Vincensius Dinar Satria Wijaya

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi,
Universitas Kristen Satya Wacana, INDONESIA
Email: satriadinar33@gmail.com

Abstrak

Setiap perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) termasuk PT Pos Indonesia (Persero) wajib menerapkan nilai inti budaya perusahaan yaitu AKHLAK. Kebijakan tersebut telah tertulis pada Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE-7/MBU/07/2020 tanggal 1 Juli 2020. Berdasarkan nilai indeks implementasi nilai AKHLAK, PT Pos Indonesia (Persero) masih tergolong kurang sehat. Penelitian ini membahas tentang penerapan nilai-nilai dari budaya perusahaan AKHLAK yang wajib diterapkan PT Pos Indonesia (Persero). Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah dirancangnya *board game* sebagai media pelatihan karyawan tentang *core values* AKHLAK sehingga karyawan dapat lebih mudah untuk memahami penerapan dari budaya perusahaan AKHLAK. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan strategi linier. Hasil yang didapatkan adalah *board game* "Pohon AKHLAK" dapat digunakan menjadi media untuk melatih karyawan dalam memahami *core values* AKHLAK dan berhasil dengan baik.

Kata kunci: media pelatihan, *board game*, *core values*, AKHLAK, PT Pos Indonesia (Persero).

Abstract

Every company owned by BUMN (State-owned enterprises of Indonesia) including PT Pos Indonesia (Persero) is required to apply the core value of corporate culture, namely AKHLAK. The policy is written in an official memorandum from the Minister of BUMN Number SE-7/MBU/07/2020 on July 1, 2020. Based on the implementation index value, PT Pos Indonesia (Persero) is still classified as unhealthy. This study discusses the application of the values of AKHLAK corporate culture that must be applied by PT Pos Indonesia (Persero). The purpose of this research is to design a board game as a medium for employee training on the core values of AKHLAK so that employees can more easily understand the application of the corporate culture of AKHLAK. The method used in this study is a descriptive method with a linear strategy. The results obtained are that the board game "Pohon Akhlak" can be a medium for training employees to understand AKHLAK's core values and it worked well.

Keywords: training media, *board game*, *core values*, AKHLAK, PT Pos Indonesia (Persero).

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Pendahuluan

Era globalisasi adalah era terjadinya persaingan antar perusahaan. Persaingan tersebut berkaitan dengan kecepatan pelayanan, mekanisme pasar, dan ketepatan dalam menyampaikan produk perusahaan (Rozi, 2019). Perusahaan harus

mampu meningkatkan kualitas dan terus melakukan pengembangan agar tidak tertinggal dengan perusahaan lain. Salah satu faktor penentu berkembangnya perusahaan adalah sumber daya manusia (SDM). Hal ini dikarenakan manusia adalah penggerak perusahaan dan berperan penting dalam mempertahankan eksistensi perusahaan (Safitri, 2018). Perkembangan teknologi menghasilkan evolusi digital sehingga memerlukan SDM yang dapat bekerja sesuai dengan nilai-nilai dasar perusahaan. Pada jurnal tentang budaya perusahaan, mengatakan bahwa sumber daya manusia memerlukan motivasi agar dapat berkontribusi dan bekerja dengan baik dalam perusahaan. Hal tersebut dapat dipicu dengan adanya budaya perusahaan sebagai pemicu dalam semangat bekerja. Budaya perusahaan menjadi faktor penting dalam dilakukannya transformasi dalam terjadinya perubahan pada lingkungan dan pelanggan (Mihardjo, 2020).

Budaya perusahaan menurut Robbins (dalam Rahman & Nugraha, 2019) adalah peraturan yang memiliki nilai-nilai khusus yang dimiliki oleh tiap perusahaan yang berbeda. Peraturan tersebut menjadi sistem yang wajib dilakukan oleh semua karyawan demi mencapai tujuan perusahaan. Kesuksesan dari sebuah perusahaan harus diawali dengan sumber daya (*resource*) yang baik dan dilanjutkan dengan tindakan (*action*) untuk mencapai tujuan (*intent*) (Robbins & Judge, 2017).

Kementrian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menciptakan kebijakan baru dalam budaya perusahaan bernama AKHLAK. Kebijakan tersebut diputuskan pada tanggal 1 Juli 2020 yang tertulis dalam Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE-7/MBU/07/2020. Budaya perusahaan ini difungsikan sebagai *core value* yang digunakan sebagai panduan dalam bekerja untuk semua perusahaan milik BUMN. *Core value* adalah nilai-nilai yang dapat dipelihara dalam menghadapi perubahan sesuai dengan nilai luhur yang ada di dalamnya. Nilai-nilai tersebut berupa kode etik yang diterapkan oleh Kementrian BUMN dan perusahaan-perusahaannya seperti Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif yang dapat disingkat menjadi AKHLAK (Larasati Putri, 2021).

Dikutip dari buku AKHLAK untuk Negeri (Thohir & Agustian, 2020), AKHLAK milik BUMN adalah budaya perusahaan yang dibentuk sebagai upaya untuk meningkatkan reputasi perusahaan ke kelas dunia. BUMN tidak hanya menggunakan kapabilitas (*core capability*) untuk meraih kesuksesan, tetapi memerlukan kompetensi (*core competency*) demi terciptanya pondasi kuat yang didasari oleh sumber daya manusia. Dengan diterapkannya *core value* AKHLAK oleh setiap karyawan BUMN, maka sama halnya dengan memberikan kontribusi yang baik kepada bangsa. Berdasarkan Buku Pintar Budaya AKHLAK PT. Pos Indonesia (Persero) (Divisi Culture Management, 2021).

Berdasarkan pernyataan dari M. Said Haryadi selaku Ketua Culture Management Squad pada buletin AKHLAK & Transformation News (Divisi Culture Management, 2021), dibuatnya *core values* AKHLAK ditujukan agar karyawan dapat menanamkan sikap seperti belajar, bertumbuh, dan berkontribusi. Dengan kehadiran *core values* AKHLAK bagi PT. Pos Indonesia (Persero), maka akan muncul komitmen yang kuat serta keinginan untuk belajar sehingga dapat memperoleh prestasi serta kontribusi yang baik bagi perusahaan. Sebaliknya tanpa penerapan AKHLAK maka sikap seperti komitmen, bertumbuh, berkontribusi dan keinginan untuk belajar tidak akan muncul secara optimal dari dalam diri karyawan PT. Pos Indonesia (Persero). Sebagai bentuk penerapan nilai-nilai AKHLAK, terdapat kegiatan internalisasi bagi karyawan PT. Pos Indonesia (Persero).

Sebagai bentuk penerapan *core values* AKHLAK terdapat sembilan aktivitas internalisasi yang dapat dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) (Divisi Culture Management, 2021), yaitu: 1) Tindakan simbolik sebagai bentuk afirmasi AKHLAK menggunakan yel-yel Pos Indonesia Juara dan AKHLAK Pasti Bisa, 2) *Morning briefing* yang dilakukan setiap hari atau setiap minggu, 3) Presentasi oleh Culture Change Agent untuk mengenalkan AKHLAK, 4) AKHLAK Day, yaitu acara yang ditujukan untuk mengenalkan satu nilai AKHLAK agar karyawan dapat menerapkan dan menjadi kebiasaan baru dalam proses bekerja, 5) *Employee Voice*, merupakan forum bagi karyawan untuk menyampaikan pengalaman budaya AKHLAK sebagai penerapan kerja sehari-hari, 6) *Event Campaign*, adalah kampanye budaya AKHLAK yang berkaitan dengan hari nasional atau internasional, 7) *Induksi*, adalah suatu bentuk orientasi untuk karyawan baru dalam mengenal aturan kerja dan budaya AKHLAK, 8) *Leader Talk*, adalah penyampaian materi oleh Kepala Regional dalam kinerja bisnis yang berkaitan dengan budaya AKHLAK untuk diterapkan kepada unit kerja agar dapat menjadi peningkatan kinerja operasional, 9) *Kompetisi AKHLAK* dengan pemberian *social reward/ man of the month* yang dilakukan kepada karyawan terbaik dalam pencapaian dan konsistensi dalam penerapan nilai-nilai AKHLAK.

Meskipun terdapat sembilan aktivitas internalisasi budaya AKHLAK yang dapat dilakukan oleh perusahaan BUMN, yang telah diterapkan PT. Pos Indonesia (Persero) hanya terbatas pada tindakan simbolik dan kegiatan *morning briefing*. Masih belum ada kesadaran dalam memahami nilai-nilai AKHLAK sebagai penerapan perilaku kerja. Rata-rata karyawan tidak memiliki *time management* yang baik sehingga terbentur pada padatnya pekerjaan (Divisi Culture Management, 2021). Manajer Pengembangan Budaya Perusahaan telah melakukan pengukuran penerapan budaya perusahaan menggunakan metode AKHLAK Culture Health Index (ACHI). Pengukuran data tersebut merupakan data kuantitatif dari hasil survey dari seluruh karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) mengenai pemahaman AKHLAK. Tujuan dilakukannya pendataan adalah sebagai bentuk pengukuran yang nantinya dapat dijadikan referensi dalam menentukan upaya-upaya dalam memperbaiki area yang dinyatakan kurang. Hasil data dari Indeks Kesehatan Budaya Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) adalah 61,2% dengan skala hasil Cukup Sehat. Sedangkan untuk nilai indeks implementasi nilai AKHLAK PT.

Pos Indonesia (Persero) hanya sebesar 34,2% yang tergolong Tidak Sehat. Nilai tersebut menjadi urgensi untuk melakukan internalisasi dari nilai-nilai AKHLAK bagi karyawan agar lebih memahami *core values* AKHLAK (Divisi Culture Management, 2021). Adapun metode pengenalan budaya AKHLAK di PT. Pos Indonesia (Persero) hanya melalui media sosial, meeting dan juga buku catatan yang terkesan membosankan. Bentuk sosialisasi lain yang dilakukan adalah pemasangan poster, *banner*, dan *wallpaper* pada komputer dan *handphone* karyawan. Media tersebut dinilai kurang efektif dalam pelatihan budaya AKHLAK kepada karyawan ditambah dengan kurangnya sosialisasi yang mendalam. Hal ini juga dialami oleh Kantor Pos Cabang di Indonesia (Divisi Culture Management, 2021).

PT. Pos Indonesia (Persero) wajib menerapkan *core values* AKHLAK sebagai budaya perusahaan yang disatukan dengan sistem dan prosedur milik PT. Pos Indonesia (Persero), dan menjadi suatu kriteria pada sistem rekrutmen. Sebagai penerapan nilai-nilai AKHLAK, PT. Pos Indonesia (Persero) memberlakukan sistem *training and development* atau pelatihan internal kepada karyawan sebagai bentuk penilaian kerja. Ketentuan tersebut sesuai dengan Keputusan Direksi PT. Pos Indonesia (Persero) Nomor 070/Dirut/0920 yang menjadi panduan perilaku dalam Surat Edaran Direktur SDM dan Umum Nomor 045/Dir-2/1020 tentang Penerapan AKHLAK sebagai Nilai-Nilai Utama Budaya Perusahaan yang dapat dilihat pada website Pos Indonesia (Posindonesia.co.id, 2021).

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi pembanding pada penelitian ini. Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Aurellia Cintana Satya Nagara, dengan judul “Peran Ruang Relaksi Pada Perancangan Berkonsep Kreatif Untuk Peningkatan Kreativitas Karyawan Kantor 24slides Indonesia”, (Nagara, 2021). Penelitian ini membahas mengenai bagaimana penerapan fasilitas ruang relaksasi dengan permainan komunikatif yang memberikan stimulasi otak pada karyawan, untuk mengetahui peningkatan kreativitas dan produktivitas para pekerja pada perusahaan 24Slides Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan metode *design thinking* yang memiliki unsur *emphasize, define, ideate, prototype*, dan *test*. Konsep ruang relaksasi dengan permainan komunikatif pada penelitian ini memiliki nilai dalam peran yang besar bagi karyawan 24Slides Indonesia dalam menciptakan kreativitas saat bekerja. Konsep ruang relaksasi dibuat dengan standar yang memberikan akomodasi karyawan yaitu suasana ruangan yang hangat, tertata, luas, dan terdapat fasilitas untuk menyegarkan pikiran. Penelitian terkait juga memilih *game* sebagai sarana pelatihan kepada karyawan, tetapi lebih fokus untuk memberikan stimulasi kreatif dan produktif pada karyawan 24Slides dengan konsep ruang relaksasi menggunakan media *game* komunikatif.

Penelitian terdahulu berikutnya dilakukan oleh Titik Fauziati, dengan judul “Pengembangan Permainan Ludo King Of Accounting (Doting) Sebagai Media Pengayaan Pada Materi Jurnal Khusus Perusahaan Dagang”, (Fauziati & Susilowibowo, 2021). Penelitian ini membahas bagaimana analisis proses pengembangan dan kelayakan dari *game* Ludo King of Accounting yang dikembangkan sebagai media pengayaan pada materi jurnal khusus untuk perusahaan dagang kelas XI Akuntansi di SMK Negeri 1 Sokoo, Mojokerto. Metode pada penelitian ini dilakukan secara deskriptif kuantitatif berdasar skala likert. Metode dilakukan dengan instrumen untuk pengumpulan data berupa angket dan kuisioner tertutup. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa permainan Ludo King of Accounting sangat cocok digunakan sebagai media dari pengayaan materi bagi perusahaan dagang kelas XI Akuntansi. Penelitian ini juga menggunakan *boardgame* tetapi memiliki tujuan untuk menganalisis dalam mengembangkan permainan Ludo King of Accounting bagi siswa-siswi XI Akuntansi pada SMK Mojokerto.

Penelitian terdahulu berikutnya dilakukan oleh Muhammad Arifin, dengan judul “Animasi Materi Pelatihan Mesin Kebersihan Pada PT. ISS Indonesia Pada Area Rumah Sakit Hermina Depok”, (Arifin, 2019). Penelitian ini membahas tentang animasi interaktif yang digunakan dalam media pembelajaran dalam penyampaian materi informasi secara manual. Pembuatan animasi materi bertujuan untuk menambah minat karyawan melakukan pelatihan mesin kebersihan. Program animasi interaktif dibuat menggunakan konsep pelatihan teori mesin kebersihan. Metode dalam mengumpulkan data penelitian yaitu observasi pada team leader dan operator untuk mendapat gambaran optimal. Untuk proses animasi interaktif ini terdapat proses pembelajaran mengenal bagian-bagian mesin dengan dukungan gambar, tombol interaktif, dan audio, untuk menambah minat karyawan mempelajari materi sehingga memberikan kenyamanan dalam belajar untuk meningkatkan pengetahuan pada karyawan. Fokus penelitian ini adalah membuat animasi interaktif untuk media pembelajaran mengenai mesin pembersih bagi karyawan PT. ISS Indonesia. Meskipun media yang digunakan berbeda, penelitian terkait memilih subjek penelitian yang sama yaitu karyawan dengan tujuan edukasi.

Dari tiga penelitian terdahulu dapat dibandingkan dan terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu pada metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini lebih fokus untuk merancang *board game* sebagai pengukur pemahaman karyawan terhadap *core value* AKHLAK dan memberikan bentuk kerja sama secara tidak langsung. Hal ini ditujukan sebagai bentuk pelatihan kepada karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) untuk memahami budaya perusahaan AKHLAK. Maka dibuatlah penelitian ini dengan judul “Perancangan Board Game sebagai Media Pelatihan Karyawan dalam Penerapan Core Value AKHLAK di PT. Pos Indonesia (Persero)”.

Sebagai bentuk penerapan nilai-nilai AKHLAK, PT. Pos Indonesia (Persero) membutuhkan media yang dapat mengedepankan keaktifan karyawan untuk peduli dan ingin mempelajari AKHLAK (Divisi Culture Management, 2021). Media yang digunakan dapat memberikan interaksi yang bersifat menyenangkan, melihat sosialisasi yang dilakukan

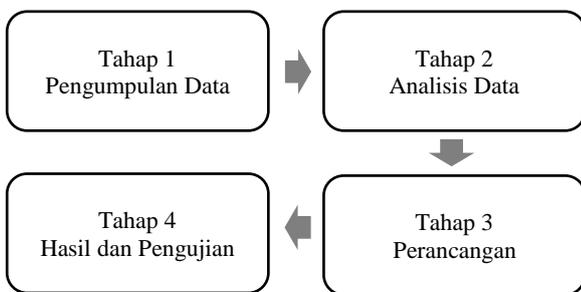
dinilai membosankan sehingga susah untuk dipahami oleh karyawan. Media yang mengedepankan interaksi dapat memberikan pengetahuan dan memunculkan bentuk sosialisasi atau komunikasi sebagai penerapan kode etik AKHLAK. Salah satu media yang dapat digunakan adalah *board game*. *Board game* adalah permainan papan non-elektronik yang disertai dengan aturan tertentu yang memiliki kondisi menang-kalah. Boardgame sebagai media pembelajaran terbukti memiliki potensi untuk mengajak pemain aktif berpartisipasi melalui kerja sama, kompetisi, eksplorasi dan berani bereksperimen (Radzi, 2020).

Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama (KCU) Madiun sebagai studi kasus dengan menggunakan *board game* sebagai output penelitian. Perancangan *board game* menggunakan mekanik *cooperative* dengan mengangkat AKHLAK sebagai tema utama. *Board game* yang dirancang mengajak karyawan untuk bersama-sama menghadapi objektif yang ada dengan mengumpulkan poin. Dirancangnya *board game* tentang AKHLAK ditujukan sebagai media untuk mengukur dan membantu karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) untuk mewujudkan nilai inti AKHLAK dengan lebih mudah dan menyenangkan. Menurut Adhicipta Raharja Wirawan, *board game* adalah permainan yang dimainkan oleh dua orang atau lebih. *Board game* menggunakan papan dan beberapa komponen lain yang disesuaikan dengan mekanik permainan. Dikutip dari jurnal perancangan boardgame (Sastra, 2019), pemain dapat memperoleh sejumlah manfaat yang berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Salah satu manfaat tersebut adalah melatih intuisi dalam memilih keputusan dengan mengedepankan kejujuran dan patuh akan aturan yang ada. *Board game* juga mengajak pemain untuk melakukan interaksi dengan pemain lain baik itu bergurau, memberi saran, bahkan sampai dengan bernegosiasi. Dengan begitu, pemain akan dilatih dalam bersimulasi dalam kehidupan bermasyarakat di rumah, tempat kerja, dan sebagainya.

Board game pada penelitian ini dirancang berdasarkan data-data yang telah didapatkan, dengan tujuan untuk memberikan pelatihan dan mengasah pengetahuan kepada karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) dalam memahami *core values* AKHLAK. Mekanik utama boardgame yang digunakan adalah *cooperative*. Mekanik *cooperative* adalah mekanisme permainan yang mengharuskan seluruh pemain untuk bekerja sama menyelesaikan suatu objektif. Contoh boardgame dengan mekanik *cooperative* adalah Pandemic, Magic Maze, dan lain-lain (Vagansza, 2020).

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan strategi linier. Metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan metode riset yang berguna untuk memperjelas gejala sosial dari berbagai aspek penelitian yang berkaitan satu dengan yang lain (Salmaa, 2021). Strategi linier adalah strategi garis lurus yang sederhana dan menunjukkan komponen yang mudah untuk dipahami dengan menetapkan urutan logis dalam setiap tahapannya (Sarwono & Lubis, 2007). Tahapan dari strategi linier dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan perancangan

Pembahasan

Pengumpulan data dilakukan kepada objek penelitian yang digunakan untuk menyusun perancangan *board game* budaya perusahaan. Data diambil dengan metode kualitatif dari buku, jurnal, dan juga penelitian terdahulu seperti pengertian budaya perusahaan AKHLAK, nilai-nilai yang terkandung, serta implementasi yang dapat diterapkan oleh karyawan. Selain itu data kualitatif juga didapat dari proses wawancara dengan Agus Subiantoro selaku Manajer SDM dan Dukungan Umum Kantor Pos Cabang Madiun sekaligus sebagai Culture Change Leader dari AKHLAK. Dari wawancara tersebut didapatkan bahwa kegiatan AKHLAK sudah masuk ke dalam Standard Operating Procedure (SOP) milik PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Madiun. Karyawan diharuskan untuk mengikuti segala kegiatan yang berkaitan dengan AKHLAK. Seperti yang telah diungkapkan oleh Agus Subiantoro sebagai berikut:

“...pertama kali akan terasa seperti paksaan, tetapi karena sudah menjadi kewajiban sehingga harus ikut menjalankan. Seiring berjalannya waktu akan menjadi kebiasaan. Karena tujuan sebenarnya baik, istilahnya dijadikan budaya kerja.”

Namun hal tersebut justru menjadi sebuah paksaan yang harus dilakukan karyawan sehingga kegiatan tersebut tidak maksimal. Untuk memaksimalkan tujuan dari internalisasi AKHLAK, maka karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) harus

dapat melaksanakan pekerjaan dengan sungguh-sungguh dari hati sehingga dapat menghasilkan kinerja yang baik. Kinerja merupakan suatu pencapaian seseorang dalam menyelesaikan tugas yang telah diberikan dengan dasar kecakapan, pengalaman, kesungguhan, dan waktu (Siburian, 2020).

Proses wawancara juga dilakukan dengan Sigit Adriyanto selaku Senior Specialist-1 Representative Office Internal Auditor Semarang di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Madiun, berpendapat bahwa kegiatan AKHLAK yang berjalan masih dirasa kurang dan belum cukup untuk menarik minat karyawan dalam mempelajari AKHLAK. Hal ini disebabkan karena media pembelajaran yang diterapkan masih kurang menarik, seperti yang telah diucapkan oleh Sigit Adriyanto:

“Secara umum media edukasi hanya berupa info pada Wahana yang belum tentu dibuka dan dibaca. Penyebaran via media sosial kantor dan paparan terbatas pada para leader AKHLAK yang diteruskan ke bagiannya.”

Menentukan media pembelajaran menjadi penting karena beragamnya media yang ditawarkan dalam proses pembelajaran. Jika media pembelajaran tidak dikembangkan, maka dapat meningkatkan kebosanan dan kejenuhan (Hazna, 2020).

Analisis data dari data-data yang telah dikumpulkan menggunakan analisa 5W+1H. Hasil analisa dari data tersebut adalah AKHLAK merupakan budaya perusahaan yang telah menjadi bagian dari SOP di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Madiun namun pengetahuan dan minat dari karyawan tentang nilai-nilai AKHLAK masih kurang (what), perancangan boardgame pada penelitian ini ditargetkan untuk seluruh karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) (who), masalah dari kurangnya pengetahuan tentang penerapan budaya perusahaan AKHLAK terjadi di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Madiun (where), masalah tersebut muncul semenjak dibuatnya budaya perusahaan AKHLAK bagi PT. Pos Indonesia (Persero) (when), kurangnya minat dan pengetahuan karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) dikarenakan kegiatan yang terkesan memaksa dan membosankan sehingga kegiatan AKHLAK tidak didasari dengan hati (why). Dari masalah yang ada, maka dipilihlah board game sebagai media untuk menyampaikan informasi tentang penerapan budaya perusahaan AKHLAK untuk melatih karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) (how).

Kemudian dilakukan analisis terhadap *target audiens*, yaitu karyawan PT. Pos Indonesia (Persero). Dari wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa karyawan membutuhkan media yang dapat digunakan sebagai alat bantu untuk memaksimalkan pelatihan AKHLAK dengan mudah dan menyenangkan. Maka dipilihlah *board game* sebagai media pelatihan. *Board game* menjadi permainan yang mengandung unsur edukasi yang interaktif dan efektif serta dapat dimainkan di berbagai usia. *Board game* juga merupakan suatu permainan konvensional yang masih banyak digemari karena memiliki banyak jenis permainan yang bervariasi. Selain itu jangkauan generasi pada *board game* dapat dimainkan dari berbagai generasi (Mufida & Abidin, 2021). *Board game* yang dirancang pada penelitian ini menggunakan mekanisme utama *cooperative*.

Mekanik *cooperative* dipilih karena mekanik ini memiliki manfaat yang sangat berguna bagi karyawan. Adapun manfaat dari mekanik *cooperative* yaitu meningkatkan komunikasi dan koordinasi, memunculkan pilihan alternatif, dan melatih untuk menghargai pendapat antar pemain (Vagansza, 2021). Dari manfaat tersebut pemain akan merasakan dan secara tidak langsung menerapkan *core values* dari budaya perusahaan AKHLAK.

Tahap selanjutnya adalah melakukan perancangan. *Board game* dirancang dengan memperhatikan bagaimana permainan tersebut dapat memberikan pelatihan mengenai AKHLAK. Tahap perancangan pada penelitian ini menggunakan game design process yang dilakukan oleh Eko Nugroho, selaku CEO Kummara (Nugroho, 2013). Tahap perancangan akan dibagi menjadi beberapa tahap yaitu *concepting phase*, *playtest*, *design phase*, dan *development phase*. Proses perancangan game dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan perancangan

Concepting Phase adalah tahap dibuatnya konsep *board game* yang memiliki elemen-elemen dasar seperti tujuan permainan, latar permainan, mekanik, dan aturan dasar. Kemudian elemen-elemen tersebut akan mengalami proses perkembangan dan penyempurnaan. *Board game* yang dirancang pada penelitian ini diberi nama “Pohon Akhlak” karena perancangan boardgame ini ditujukan untuk mengajak pemain untuk menanamkan nilai-nilai penting AKHLAK pada diri mereka serta memberikan informasi dan edukasi dengan tujuan pelatihan karyawan. Kata Pohon AKHLAK diambil dari konsep utama pada *board game* berdasarkan usaha pemain dalam menghijaukan pohon dengan memberi nilai-nilai budaya perusahaan AKHLAK. Konsep yang dibuat mengambil analogi dari sebuah pohon, dimana pohon adalah tumbuhan yang dapat beradaptasi pada lingkungan yang berubah-ubah. Sifat pohon yang adaptif mencerminkan semangat untuk bertahan hidup, tumbuh, dan menjadi semakin besar. Semakin besar pohon maka manfaat yang diberikan bagi lingkungan juga akan semakin besar (Rokhman, 2020). Hal ini menggambarkan upaya karyawan dalam mengamalkan *core values* AKHLAK dalam diri dan siap bertransformasi menjadi pribadi yang lebih baik dalam segi pekerjaan, pelayanan, dan relasi kepada rekan kerja serta pelanggan.

Board game “Pohon Akhlak” mengisahkan tentang pohon yang dimiliki oleh Kantor Pos. Dimana setiap perusahaan memiliki pohon yang menjadi tolak ukur untuk menunjukkan keberhasilan suatu reputasi perusahaan tersebut. Kantor Pos adalah salah satu perusahaan yang memiliki pohon ini, yang bernama "Pohon Akhlak". Suatu hari, Pohon Akhlak menjadi layu karena turunnya nilai budaya yang diciptakan sebelumnya. Maka dari itu pemain harus membangun kembali budaya tersebut, dengan cara menyuplai Pohon Akhlak. Penyuplaian ini dilakukan dengan memberikan perilaku yang benar dan sesuai dengan kaidah-kaidah AKHLAK. Semakin banyak perbuatan baik yang dilakukan manusia, maka pohon akan tumbuh besar. Cara memainkan boardgame “Pohon Akhlak” adalah setiap pemain harus bekerja sama untuk memberikan perilaku yang benar dari setiap *core values* AKHLAK. Perilaku tersebut berupa kartu yang berisi perilaku umum budaya AKHLAK. Selain itu terdapat kartu internanalisasi yang digunakan untuk membantu pemain dalam menyelesaikan permainan. Di akhir permainan terdapat tiga fase *scoring* yaitu *scoring* individu untuk menambahkan keseruan pada permainan, *scoring* tim yang berguna untuk mengevaluasi keseluruhan poin dari karyawan, dan yang terakhir *scoring* AKHLAK yang berguna untuk memonitor pengetahuan karyawan tentang *core values* AKHLAK.

Kemudian tahap berikutnya adalah proses *prototyping* dan *playtest*. Tahap *prototyping* pada *boardgame* menggunakan desain sederhana yang dikerjakan menggunakan aplikasi pengolah gambar kemudian diprint menggunakan kertas HVS. Tujuan digunakannya kertas HVS adalah untuk mempermudah proses perancangan apabila terjadi revisi agar tidak memakan banyak biaya. Kemudian dilanjutkan ke tahap *playtest* untuk melihat kelayakan dari *board game*. *Playtest* dilakukan secara berkala hingga *board game* dapat dinyatakan seimbang dan berjalan dengan baik. *Prototype* “Pohon Akhlak” dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Prototype* “Pohon Akhlak”

Tahap *Design Phase* adalah tahap perancangan ilustrasi dan *layout* dari *board game*. Pada tahap ini dimulai proses pembuatan *prototype* yang digunakan untuk memperlihatkan gambaran desain dan juga *balancing* permainan. Desain dari *prototype* kemudian dilanjutkan ke tahap *playtest* untuk melihat kelayakan desain dan *layout*. Desain sudah sesuai kemudian dapat dilanjutkan ke fase *Development Phase*.

Pada tahap *Development Phase*, *board game* akan melalui proses penyempurnaan seperti digitalisasi ilustrasi dan juga penyempurnaan *layout* dan desain. *Board game* yang dirancang akan dilihat kembali dan apabila terdapat komponen yang masih kurang maka akan disempurnakan kembali. Pada tahap ini juga dilakukan pembuatan *rulebook* sebagai panduan dalam bermain *board game*. Tahap terakhir setelah penyempurnaan *board game* adalah dengan dilakukannya pengujian.

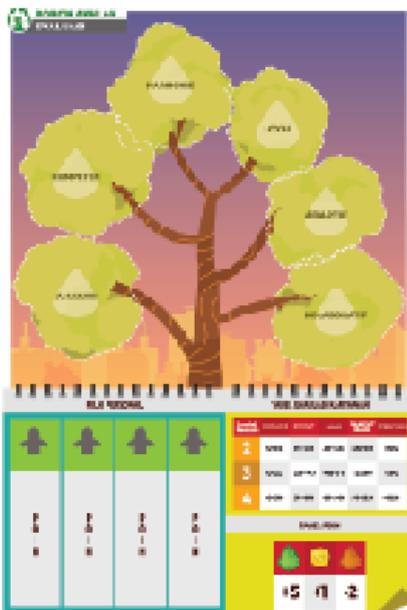
Hasil perancangan dari penelitian ini adalah media *board game* yang berisi nilai-nilai pada setiap *core values* AKHLAK. *Board game* “Pohon Akhlak” memiliki beberapa komponen dan juga jenis kartu seperti papan permainan, papan kartu, token pemain pertama, token waktu, token daun, koin, pion, dadu, kartu perilaku, kartu internalisasi, dan kartu jawaban.

Papan permainan memiliki dua sisi dengan fungsi yang berbeda. Pada bagian depan papan berisi beberapa ruangan yang menggambarkan lingkungan kerja Kantor Pos. Terdapat enam ruangan yang ada pada papan permainan seperti kota, loket, kantin, *back office*, ruang penjualan, dan ruang sortir. Ruangan-ruangan tersebut memiliki *core values* dan ditandai dengan logo serta warna yang berbeda. Hal ini ditujukan untuk membantu dan mempermudah pemain dalam membedakan ruangan pada papan permainan. Selain itu terdapat tabel bertuliskan absen yang berguna untuk menentukan kondisi permainan, serta slot waktu sebagai penanda putaran. Papan permainan bagian depan dapat dilihat pada Gambar 4.



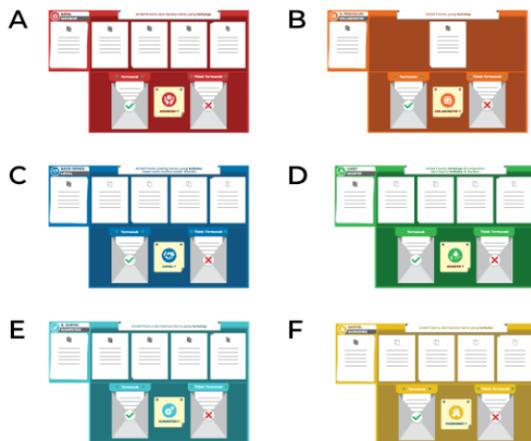
Gambar 4. Papan permainan bagian depan

Pada bagian belakang papan permainan menunjukkan gambar Pohon Akhlak yang digunakan pada fase *scoring*. Terdapat empat slot untuk meletakkan pion karakter yang ditandai dengan *icon* di tengah slot. Setiap pemain dapat meletakkan masing – masing pion sebagai penanda *scoring*. Kemudian terdapat tabel penilaian untuk mengetahui jumlah poin dan hasil dari permainan. Fase *scoring* memiliki tiga tahap berbeda yaitu secara individu, kelompok, dan penilaian yang digunakan untuk mengevaluasi *core values* AKHLAK. Setiap dahan pohon terdapat siluet token daun sebagai penanda untuk meletakkan token daun. Papan permainan bagian belakang dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Papan permainan bagian belakang

Papan kartu digunakan sebagai tempat untuk meletakkan kartu perilaku. Setiap papan kartu memiliki warna dan misi yang berbeda sesuai dengan ruangan pada papan permainan. Pada bagian papan kartu terdapat beberapa logo yang sama seperti papan permainan, yaitu logo dari setiap *core values* yang ditujukan sebagai penanda. Pada bagian atas papan terdapat gambar kertas dan tumpukan kertas yang digunakan untuk meletakkan kartu. Kertas tersebut memiliki icon pada bagian tengah sebagai informasi posisi kartu yaitu dibuka atau ditutup. Bagian bawah papan kartu terdapat gambar kertas dengan tulisan “Termasuk” dan “Tidak Termasuk” yang ditandai dengan *icon* centang dan silang. Bagian tersebut merupakan slot untuk meletakkan dan menentukan kartu perilaku. Papan kartu dapat dilipat sehingga menampilkan tulisan “Istirahat” dan ditandai dengan sebuah icon. Lipatan tersebut adalah bagian dari permainan untuk menandai bahwa ruangan tersebut sedang istirahat. Berikut gambar dari papan kartu yang terdiri dari A) Papan kartu Amanah, B) Papan kartu Kolaboratif, C) Papan kartu Loyal, D) Papan kartu Adaptif, E) Papan kartu kompeten, F) Papan kartu Harmonis. Papan kartu dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Papan kartu

Token pemain pertama adalah token yang berguna untuk menandai pemain sebagai pemain yang akan bermain lebih dulu. Token ini dapat berpindah tangan setelah dua putaran berakhir. Bentuk dari token pemain pertama diimplementasikan dalam bentuk surat, karena token ini akan berpindah dari satu pemain ke pemain lain secara bergantian. Token pemain pertama dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Papan kartu

Token waktu adalah token yang digunakan untuk menandai putaran yang sedang berlangsung. Token ini memiliki dua sisi yang ditandai dengan angka dan ilustrasi yang berbeda. Sisi pertama ditandai dengan ilustrasi langit berwarna biru yang menggambarkan pagi hari dan ditandai dengan angka satu yang berarti putaran pertama. Sisi kedua ditandai dengan ilustrasi langit berwarna oranye yang menunjukkan waktu sore hari dengan angka dua yang berarti putaran kedua. Token waktu dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Token waktu

Token daun merupakan token yang berguna sebagai poin yang didapatkan pemain. Token ini memiliki dua sisi yang berbeda yaitu sisi berwarna hijau yang berarti jawaban pemain benar, dan sisi berwarna coklat yang berarti jawaban pemain salah. Teks pada bagian tengah daun merupakan informasi jenis daun dari *core values* AKHLAK. Token daun dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Token daun

Koin pada board game “Pohon Akhlak” digunakan sebagai penanda poin atau *reward* yang dapat didapatkan setiap pemain. Warna dan bentuk dari koin disesuaikan dengan koin pada umumnya yang berwarna kuning keemasan. Koin dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Koin

Terdapat pion karakter yang terdiri dari dua pria dan dua wanita. Ilustrasi dari pion karakter menggambarkan sosok karyawan dengan seragam yang disamakan dengan seragam karyawan PT. Pos Indonesia (Persero). Pion karakter dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Pion karakter

Dadu pada board game ini terdiri dari tiga dadu. Diantaranya adalah dadu berwarna putih yang berguna untuk menentukan pemain pertama, menentukan ruangan, dan menentukan ruangan yang akan mendapat kondisi istirahat. Kemudian terdapat dadu berwarna merah dan kuning dengan huruf yang berbeda. Kedua dadu ini digunakan untuk melakukan fase absen pada awal permainan. Dadu dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Dadu

Kartu perilaku adalah kartu yang berisi perilaku umum dari *core values* AKHLAK. Kartu ini terdiri dari enam jenis dengan warna dan juga logo yang disesuaikan dengan papan kartu dan papan permainan. Jenis tersebut meliputi kartu perilaku amanah, kompeten, harmonis, loyal, adaptif, dan juga kolaboratif. Kartu perilaku dapat dilihat pada Gambar 13.

Kartu internalisasi adalah kartu yang dibuat berdasarkan kegiatan internalisasi di PT. Pos Indonesia (Persero). Kartu ini berfungsi untuk membantu pemain dalam memainkan board game “Pohon AKHLAK”. Warna yang digunakan pada kartu ini adalah warna hitam sebagai background dan perpaduan warna putih. Hal ini berfungsi untuk membuat kartu ini terlihat berbeda dari kartu perilaku dan terlihat lebih istimewa. Kartu internalisasi dapat dilihat pada Gambar 14.

Kartu jawaban berisi informasi tentang daftar perilaku dari masing-masing *core values*. Bentuk yang diperlihatkan menyerupai buku catatan untuk menambah kesan perkantoran dengan warna yang bervariasi sesuai dengan *core values* AKHLAK. Kartu ini digunakan untuk mengoreksi jawaban dari pemain setelah menentukan kartu. Kartu jawaban dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 13. Kartu perilaku



Gambar 14. Kartu internalisasi



Gambar 15. Kartu perilaku



Gambar 16. Keseluruhan komponen

Keseluruhan dari komponen *board game* “Pohon Akhlak” terdapat satu papan permainan, enam papan kartu, 90 kartu perilaku, delapan kartu internalisasi, enam kartu jawaban, satu token waktu, satu token pemain pertama, tiga dadu, empat pion, 24 token daun, dan 30 koin. Komponen *board game* “Pohon Akhlak” dapat dilihat pada Gambar 16.

Font yang digunakan pada *board game* “Pohon Akhlak” adalah Monserrat yang merupakan jenis font san-serif. Dipilihnya font ini karena bentuknya yang sederhana, modern, dan juga mudah untuk dibaca, melihat *target audience board game* ini berusia 25 tahun ke atas. Font Monserrat dapat dilihat pada Gambar 17.



Gambar 17. Font Monserrat

Pengujian

Pengujian dilakukan kepada *leader* AKHLAK di PT. Pos Indonesia (Persero) Madiun yaitu, Agus Subiantoro selaku Manajer SDM dan Dukungan Umum, Wahyu Riyanto Wibowo selaku Manajer Pelayanan Outlet dan Operasi Cabang, dan Mareta Karyaningsih selaku Manajer Kesekretariatan. Respon yang diterima setelah melakukan pengujian adalah *Board game* “Pohon Akhlak” sudah mampu menjadi media untuk memberikan dan mengukur pengetahuan karyawan mengenai *core values* AKHLAK. Seperti yang telah diungkapkan oleh Agus Subiantoro, *board game* “Pohon Akhlak” dapat menunjukkan *core values* mana yang memiliki kekurangan pada suatu kerja sama antar karyawan. Hal ini menjadi suatu fungsi yang positif dari hasil yang diterima setelah bermain *board game* “Pohon Akhlak”. *Board game* “Pohon Akhlak” dapat diimplementasikan dan dijadikan media pelatihan pada saat AKHLAK Day. Adapun masukan yang diberikan berupa penambahan wadah untuk menempatkan daun untuk mencegah kecurangan, dan bentuk pohon yang dapat ditambahkan slot agar terlihat lebih rapi. Sedangkan kekurangan pada *board game* “Pohon Akhlak” adalah dari sisi pemahaman cara bermain yang membutuhkan waktu untuk memahami permainan. Tetapi karyawan akan paham setelah bermain selama beberapa putaran. Dokumentasi pengujian pada *leader* AKHLAK dapat dilihat pada Gambar 18.

Pengujian berikutnya dilakukan kepada Hery Prasetya selaku ahli *game design* untuk melihat kelayakan *board game* sebagai media pelatihan karyawan PT. Pos Indonesia (Persero). Dari hasil pengujian didapati bahwa *board game* “Pohon

Akhlak” sudah dapat mengukur pemahaman karyawan terhadap *core values* AKHLAK. Secara keseluruhan konten yang diberikan seperti kegunaan token, kartu, dan papan sudah sangat bagus. Materi yang diberikan sudah sesuai dan dapat menjadi bentuk pelatihan yang baik kepada karyawan. Masukkan yang diberikan adalah *set-up* kartu jawaban dapat diletakkan di bawah papan jawaban sehingga pemain dapat lebih mudah untuk mencari kartu jawaban. Kemudian terdapat kekurangan yang mungkin dapat terjadi pada saat bermain yaitu, karyawan akan merasa kebingungan pada saat memulai permainan dan akan mulai paham setelah satu atau dua putaran. Dokumentasi pengujian pada ahli dapat dilihat pada Gambar 19.



Gambar 18. Pengujian dengan Leader AKHLAK



Gambar 19. Pengujian dengan ahli Game Design

Board game “Pohon Akhlak” juga diujikan kepada komunitas board game di Salatiga. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kematangan konsep dan melihat kekurangan dari board game. Dari hasil pengujian kepada komunitas, board game “Pohon Akhlak” sudah sangat bagus dan layak menjadi sarana pelatihan karyawan mengenai budaya perusahaan AKHLAK. Sistem permainan sudah sangat baik, dilihat dari kompleksitas permainan sudah dapat dimengerti oleh karyawan khususnya usia 25 tahun ke atas. Adapun masukkan yang didapat berupa sudut kartu yang dapat dipotong sehingga nyaman dipegang. Pengujian dengan komunitas board game Salatiga dapat dilihat pada Gambar 20.



Gambar 20. Pengujian dengan komunitas Board Game Salatiga

Simpulan

Budaya perusahaan AKHLAK adalah budaya yang harus dan wajib diamalkan oleh setiap perusahaan BUMN khususnya PT. Pos Indonesia (Persero). Dengan adanya budaya perusahaan AKHLAK, pondasi yang tertanam dalam diri karyawan untuk berkontribusi pada perusahaan dapat meningkat, sehingga reputasi dan juga kualitas perusahaan akan menjadi lebih baik. Maka dari itu setiap karyawan harus memahami dan menerapkan budaya perusahaan AKHLAK demi terciptanya tujuan dari perusahaan. Tetapi karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) merasa bahwa kegiatan internalisasi AKHLAK yang dilakukan masih terbatas pada teori dan terkesan membosankan. Board game “Pohon Akhlak” adalah sebuah media yang dapat digunakan sebagai media pelatihan yang menyenangkan. Dirancang board game “Pohon Akhlak” tidak mengedepankan interaksi dalam menyelesaikan objektif permainan, melihat mekanik yang digunakan adalah *cooperative*. Tetapi board game “Pohon Akhlak” mengajak karyawan untuk bersama-sama mendapatkan nilai akhir bersama yang ditujukan sebagai *monitoring* pemahaman terhadap *core values* AKHLAK sebagai bentuk pelatihan atau edukasi.

Daftar Pustaka

- Arifin, M. (2019). *Animasi materi pelatihan mesin kebersihan pada PT. ISS Indonesia pada area Rumah Sakit Hermina Depok*.
- Divisi Culture Management. (2021). *Akhlahk transformation & news*. Bandung: PT. Pos Indonesia, 4.
- Divisi Culture Management. (2021). *Akhlahk transformation & news*. Bandung: PT. Pos Indonesia, 5.

- Fauziati, T., & Susilowibowo, J. (2021). Pengembangan permainan ludo King Of Accounting (Doting) sebagai media pengayaan pada materi jurnal khusus perusahaan dagang. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 9(1), 46–55.
- Hazna, M. (2020). *Hambatan guru terhadap penggunaan media pembelajaran berbasis audio visual di MTS Yapi Pakem*.
- Larasati putri, a. (2021). *Strategi komunikasi internal perusahaan bumh dalam sosialisasi core value di masa pandemi (Studi pada sosialisasi akhlak pada PP Energi)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Mihardjo, I. W. W. (2020). Budaya perusahaan di era digital berbasis co-ceration-innovation. *Dalam strategi management of digital era: revisited concepts and findings*. Surabaya: artha karya pustaka.
- Mufida, A., & Abidin, M. R. (2021). Perancangan board game sebagai media pembelajaran Bahasa Inggris anak usia 6-10 tahun. *Barik*, 2(3), 44–59.
- Nagara, A. C. S., Widiyanti, H. K., Vionita, M., Tsania, R., & Agustina, I. A. (2021). Peran ruang relaksasi pada perancangan berkonsep kreatif untuk peningkatan kreativitas karyawan kantor 24slides Indonesia. *Jadecs (jurnal of art, design, art education & cultural studies)*, 6(1), 53–59.
- Nugroho, E. (2013). *Game design process*. Retrieved from slideshare: <https://www.slideshare.net/kummara/game-design-process-2013-kummara>.
- Posindonesia.co.id. (2021). *Akhlaq activation PT Pos Indonesia (Persero)*. Retrieved from <https://www.posindonesia.co.id/en/artikel/detail/110/akhlaq-activation-pt-pos-indonesia-persero>
- Radzi, S., Ying, T. Y., Abidin, M. Z. Z., & Ahmad, P. A. (2020). The effectiveness of board game towards soft skills development for higher education. *Elementary education online*, 19(2), 94–106.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rokhman, F., Syaifudin, A., & Pratama, H. (2020). Kepemimpinan bertumbuh bagi para pemimpin perguruan tinggi swasta di jawa tengah pada era disrupsi. *Varia humanika*, 1(1), 1–9.
- Rozi, A. (2019). Manajemen startegis dalam era globalisasi. *Jumanji (Jurnal Manajemen Jambi)*, 2(1), 38–44. <https://doi.org/10.35141/jmj.v2i1.462>
- Safitri, R. P. (2018). Pengaruh budaya perusahaan terhadap motivasi kerja dan dampaknya pada kinerja karyawan. *Journal of Management Review*, 2(2), 198–202.
- Salmaa. (2021). *Pengertian penelitian deskriptif, karakter, ciri-ciri dan contohnya*. Retrieved from <https://www.duniadosen.com/penelitian-deskriptif/>
- Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). *Metode riset untuk desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sastra, F. (2019). *Perancangan board game berdasarkan kisah bharatayudha*.
- Siburian, R., Lukman, S., & Kurniawati, L. (2020). Analisis penerapan standar operasional pelayanan publik pada kantor kecamatan menteng kota administrasi jakarta pusat provinsi dki jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekbank*, 3(1).
- Thohir, E., & Agustian, A. G. (2020). *Akhlaq untuk negeri*. Arga tilanta.
- Vagansza. (2020). *Mengenal mekanik kooperatif dan macam-macamnya [pojok desain]*. Retrieved from <https://boardgame.id/?p=61348>
- Vagansza. (2021, March 10). *4 manfaat board game kooperatif untuk asah teamwork dan leadership*. Retrieved from <https://boardgame.id/?p=62279>