

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI YOUTUBE TERHADAP PEMAHAMAN MATERI AKUNTANSI PERUSAHAAN DAGANG MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI UNS

Dhea Fitri Jayanti^{1*}

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

dheafitrijayanti01@gmail.com

Elvia Ivada²

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

elvaiivada@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

The primary objective of this study is to analyze the utilization of the YouTube application by students in the accounting education program to comprehend the concepts of trading company accounting. The study employs descriptive quantitative methods with a correlational approach. The research population comprises students from the Accounting Education Study Program classes of 2021, 2022, and 2023, totaling 224 students. The research utilized purposive sampling techniques and obtained a sample of 144 students. Data collection methods included questionnaires and tests, while instrument testing involved validity and reliability tests. Data analysis methods included descriptive statistical analysis, simple correlation, and simple regression analysis. Additionally, prerequisite tests entailed normality and linearity tests. The findings indicate a significant negative relationship between YouTube usage and the understanding of trading company accounting material among accounting education students. Specifically, the calculated value was lower than the critical value ($-1.475 < 0.197509$), with a significance value of 0.000. Furthermore, the regression line function equation model is represented as $Y = 182.228 - 1.475X$.

Keywords: *Use of YouTube, Understanding Materials, Accounting*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji penggunaan aplikasi *YouTube* oleh mahasiswa pendidikan akuntansi untuk memahami materi akuntansi perusahaan dagang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2021, 2022, dan 2023 dengan jumlah 224 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 144 mahasiswa. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan tes. Teknik uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, korelasi sederhana, dan analisis regresi sederhana. Uji prasyarat analisis dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara penggunaan *YouTube* dengan pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang mahasiswa pendidikan akuntansi UNS. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,475 < 0,197509$), dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan model persamaan fungsi garis regresi adalah $Y = 182.228 - 1.475X$.

Kata Kunci: *Penggunaan YouTube, Pemahaman Materi, Akuntansi*

PENDAHULUAN

Dalam proses pembelajaran, pemahaman merupakan bagian yang penting karena pemahaman dapat membantu melihat kemampuan seseorang tentang konsep materi, situasi, dan fakta yang terjadi di kehidupan nyata (Purwanto, 2011). Pemahaman seseorang dapat diketahui ketika seseorang dapat menjelaskan dan memberi contoh secara rinci dari apa yang telah dibaca atau didengarnya dengan menggunakan kata-kata sendiri (Sudjino, 2011). Pemahaman seseorang dapat terjadi karena penjelasan yang dilakukan secara berulang dengan menggunakan contoh nyata setelah itu melakukan evaluasi terhadap informasi yang dipelajari (Sudaryono, 2012).

Pemahaman akuntansi yang baik akan mencegah seseorang menjadi akuntan yang tidak akuntabel (Diliana, Dince, & Marselina, 2023). Pemahaman akuntansi diartikan sebagai sejauh mana seseorang mengerti akan akuntansi sebagai proses dimulai dari proses transaksi dan melakukan pencatatan sampai dengan proses membuat laporan keuangan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan laporan keuangan tersebut (Diliana, Dince, & Marselina, 2023). Fakta yang terjadi saat ini adalah sekitar 85% mahasiswa dengan jurusan akuntansi menganggap bahwa materi tentang akuntansi sulit untuk dipahami karena memerlukan pemahaman konsep dan kemampuan berhitung yang baik. Banyak lulusan akuntansi yang tidak menguasai bidang akuntansi (Diliana, Dince, & Marselina, 2023).

Fakta yang ditemukan di lapangan pada program studi Pendidikan Akuntansi UNS adalah pemahaman materi akuntansi yang dimiliki

antara mahasiswa dengan mahasiswa lainnya berbeda. Mahasiswa perlu mencari alternatif untuk dapat memahami materi yang diajarkan. Untuk dapat memahami materi akuntansi yang disampaikan dosen maka mahasiswa dapat mencari alternatif lain yang salah satunya adalah menonton video dengan materi yang telah disampaikan dosen melalui aplikasi *YouTube*. Melalui *YouTube*, mahasiswa dapat langsung melihat dan mendengar penjelasan terkait akuntansi dan merupakan sarana yang efektif dalam memberikan tutorial praktikum kepada mahasiswa khususnya mata kuliah pengantar akuntansi pada topik akuntansi perusahaan dagang. Pemilihan topik terkait akuntansi perusahaan dagang dikarenakan jenis perusahaan yang paling banyak ditemui yaitu perusahaan dagang di mana akuntansi berperan sebagai pengontrol dan pengendali keuangan perusahaan yang akan menghasilkan informasi keuangan perusahaan berupa laba yang dihasilkan atau kerugian yang dialami perusahaan (Gandawijaya & Sufiyati, 2021).

Teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Edgar Dale (*Dale's Cone of Experience*) yang dipadukan dengan Teori Brunner. Teori Edgar Dale menggambarkan tingkat pemahaman siswa atau mahasiswa tentang sesuatu dalam sebuah kerucut pengalaman (*Audiovisual Methods in Teaching*, 1969). Berdasarkan penelitian dari Hadi (2017) yang menggunakan teori *Dale's Cone of Experience* menyatakan bahwa media video dapat dikatakan lebih baik daripada media gambar (visual) dan audio. Hal tersebut karena *YouTube* berbentuk video di mana berada di bagian tengah karena termasuk dalam kategori

"Television" (televisi) yang berbasis audiovisual.

Pemahaman materi merupakan kemampuan seseorang untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari, yang dinyatakan dengan menguraikan isi pokok dari suatu bacaan atau mengubah data yang disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk yang lain (Nana Sudjana, 1995). Pemahaman dibedakan dengan tiga tingkat pemahaman yang berbeda. Tingkat terendah adalah pemahaman terjemahan, yang melibatkan terjemahan dalam arti yang sebenarnya. Tingkat kedua adalah pemahaman penafsiran, yang melibatkan menghubungkan bagian terdahulu dengan bagian yang sudah diketahui berikutnya, atau menghubungkan beberapa bagian grafik dengan peristiwa, membedakan yang penting dari yang tidak penting. Tingkat tertinggi adalah pemahaman ekstrapolasi, yang melibatkan ekstrapolasi dari arti yang sebenarnya dari bagian-bagian grafik. Pada penelitian ini, tingkat pemahaman yang akan diteliti adalah tingkat pemahaman penafsiran.

Penggunaan *YouTube* merupakan penggunaan salah satu platform media sosial untuk berbagi video di mana penggunaanya dapat melihat, mengunggah, berbagi, memberi peringkat, dan mengomentari video (Hong et al., 2016; Lee dan Lehto, 2013). *YouTube* telah menjadi alternatif untuk menunjang kegiatan belajar-mengajar. Sumber daya multimedia yang disediakan pada *YouTube* menjadikannya platform yang menjanjikan untuk kegiatan pembelajaran (Clifton dan Mann, 2011). Penelitian sebelumnya telah mengakui peran positif *YouTube* dalam memfasilitasi pembelajaran, seperti meningkatkan antusiasme pelajar dalam me-

mahami mata pelajaran (Buzzetto-More, 2014; Darmawan dkk, 2016; Pritandhari, 2015). Tujuan penelitian ini antara lain untuk menemukan bukti empiris terkait pengaruh penggunaan *YouTube* terhadap pemahaman mahasiswa pendidikan akuntansi FKIP UNS tentang materi akuntansi perusahaan dagang dengan hipotesis H₁ yaitu terdapat pengaruh penggunaan *YouTube* terhadap pemahaman materi mahasiswa pada mata kuliah akuntansi perusahaan dagang. Masing-masing indikator variabel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu pada indikator variabel pemahaman materi terbagi menjadi lima yaitu, menafsirkan, menyusun kembali, menggambarkan, menjelaskan kembali, dan mengidentifikasi. Sedangkan pada indikator penggunaan *YouTube*, di antaranya adalah daya tarik, kemampuan beradaptasi, sumber inspirasi, aksesibilitas, dan hasil pembelajaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasional dan menggunakan pendekatan kuantitatif karena hasil penelitian didapat pada hasil pengujian hipotesis. Populasi yang digunakan penelitian ini adalah mahasiswa aktif semester dua, semester empat, dan semester enam program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas Maret dengan jumlah 224 mahasiswa. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai April 2024. Besarnya sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sehingga mendapat jumlah 144 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel juga menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria telah mendapat mata kuliah pengantar akuntansi dan pernah menggunakan

YouTube sebagai media pembelajaran. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan angket yang berisi kuisisioner dan tes untuk mengukur sejauh mana responden telah memahami materi akuntansi perusahaan dagang. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan uji korelasi sederhana dan uji regresi linear sederhana. Adapun hipotesis yang diuji adalah H_1 yaitu terdapat pengaruh penggunaan *YouTube* terhadap pemahaman materi mahasiswa pada mata kuliah akuntansi perusahaan dagang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Data

Karakteristik pada penelitian ini yaitu mahasiswa program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas Maret. Peneliti mengambil 3 angkatan pada program studi yang sama, yaitu angkatan 2021 (mahasiswa semester 6), angkatan 2022 (mahasiswa semester 4), dan angkatan 2023 (mahasiswa semester 2) dengan ketentuan bahwa mahasiswa telah mendapat mata kuliah pengantar akuntansi dan pernah menggunakan *YouTube* sebagai media pembelajaran untuk. Adapun data mengenai jumlah responden penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Frekuensi Tingkat Angkatan Responden

	Semester 2	Semester 4	Semester 6	Total
Frekuensi	46	50	49	144
Persen	30,5%	35,1%	34,4%	100%
Memenuhi Persyaratan	44	47	49	139
Tidak Memenuhi Persyaratan	2	3	0	5

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa setiap angkatan pada penelitian ini adalah berbeda, yaitu 49 mahasiswa untuk angkatan 2021, 50 mahasiswa untuk angkatan 2022, dan 46 mahasiswa untuk angkatan 2023. Sehingga jumlah responden pada masing-masing angkatan memiliki persentase yang tidak seimbang, yaitu 34,4% mahasiswa semester 6, 35,1% mahasiswa semester 4, dan 30,5% mahasiswa semester2. Namun, mahasiswa yang memenuhi persyaratan hanya 139 orang, yaitu 46 orang mahasiswa semester 6, 47 orang mahasiswa semester 4, dan 44 orang mahasiswa semester 2.

Data yang telah diperoleh kemudian diolah dan dianalisis sehingga dapat menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Penggunaan Youtube	139	45.00	45.00	90.00	73,17	1,11
Pemahaman Materi Akuntansi Perusahaan Dagang	139	90,9	9,09	99,99	67,38	1,95
Valid N	139					

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

1) Variabel Penggunaan YouTube

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel penggunaan YouTube pada Tabel 2, nilai minimum yang diperoleh yaitu 45 dan nilai maksimum yang diperoleh yaitu 90. Nilai rata-rata yang diperoleh pada variabel

penggunaan *YouTube* yaitu 73,17 dengan standar deviasi 13,07. Rata-rata nilai yang dihasilkan lebih besar dibanding nilai standar deviasi menandakan bahwa data tersebut bersifat heterogen. Dapat diketahui pula distribusi frekuensi tertinggi variabel penggunaan *YouTube* adalah 28 mahasiswa atau sebesar 20% yang berada pada interval 81-86.

2) Variabel Pemahaman Materi Akuntansi Perusahaan Dagang

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang pada Tabel 4.2, nilai minimum yang diperoleh yaitu 9,09 dan nilai maksimum yang diperoleh yaitu 99,99. Nilai rata-rata yang diperoleh pada variabel pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang yaitu 67,38 dengan standar deviasi 23,04. Rata-rata nilai yang dihasilkan lebih besar dibanding nilai standar deviasi menandakan bahwa data tersebut bersifat heterogen. Dapat diketahui pula distribusi frekuensi tertinggi variabel pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang adalah 50 mahasiswa atau sebesar 36% yang berada pada interval 81-92.

Uji Prasyarat Analisis

1) Uji Normalitas

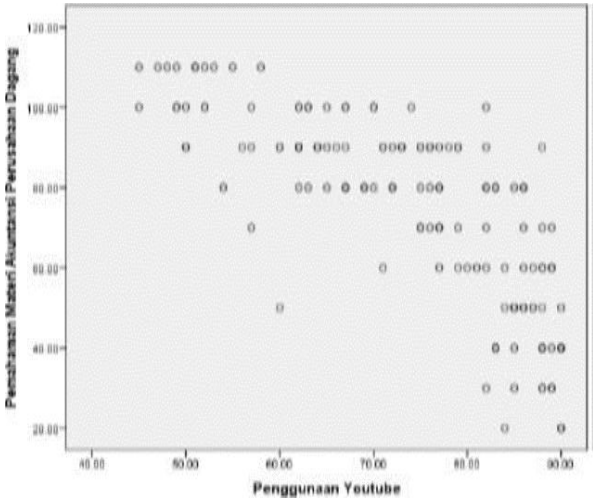
Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2-tailed)
139	0,200

(Sumber: Data yang Diolah, 2024)
Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui

bahwa nilai signifikansi uji normalitas atas residu sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas



(Sumber: Data yang Diolah, 2024)

Berdasarkan diagram di atas, titik-titik menyebar secara acak atau tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara X dan Y adalah linear.

Uji Hipotesis

1) Analisis Korelasi Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Korelasi Sederhana

Correlations		X	Y
Penggunaan Youtube	Pearson Correlation	1	-.761**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	139	139
Pemahaman Materi Akuntansi Perusahaan Dagang	Pearson Correlation	-.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	139	139

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

(Sumber, Data yang Diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 4 yang menunjukkan hasil uji korelasi sederhana pada penelitian ini dapat dilihat nilai uji korelasi *Pearson* adalah -0.761 dan nilai signifikansi < 0.05 . Nilai tersebut memiliki arti terdapat hubungan negatif yang kuat dan signifikan antara variabel penggunaan *YouTube* dengan variabel pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang. Artinya, jika variabel penggunaan *YouTube* mengalami peningkatan, maka variabel pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang akan turun, begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan *YouTube*, maka semakin rendah pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang, atau semakin rendah penggunaan *YouTube*, maka semakin tinggi pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang.

2) Analisis Regresi Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.580	.577	16.466

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Youtube

(Sumber: Data yang Diolah, 2024)

Tabel 5 dapat digunakan untuk menentukan koefisien regresi dan persamaan regresi linier. Koefisien regresi variabel dapat dilihat pada nilai B, sedangkan untuk signifikansi dapat dilihat pada kolom sig. Persamaan

regresi yang didapatkan berdasarkan hasil uji regresi sederhana adalah $Y = 182.228 - 1.475X$.

Pembahasan
Pengaruh Penggunaan Youtube terhadap Pemahaman Materi Akuntansi Perusahaan Dagang

Berdasarkan hasil *coefficients* uji korelasi sederhana yang telah diolah menggunakan bantuan *software SPSS version 23.0 for Windows* dan telah dirincikan pada Tabel 5, nilai signifikansi pada variabel penggunaan *YouTube* adalah 0,000 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kedua variabel. Namun nilai *t* hitung pada variabel penggunaan *YouTube* berada di $|-13,751|$ yang berarti nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel yaitu sebesar 0,1656 sehingga variabel penggunaan *YouTube* memiliki pengaruh negatif dengan pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *YouTube* memiliki pengaruh negatif dan signifikan dengan variabel pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang, sehingga dapat dikatakan H_1 penelitian ini ditolak.

Ditolaknya H_1 pada penelitian ini yang ditunjukkan dengan adanya pengaruh negatif antara variabel penggunaan *YouTube* dengan pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang tidak sesuai dengan teori *Dale's Cone of Experience* yang dikemukakan oleh Edgar Dale (1969).

Ketidaksesuaian tersebut dimungkinkan karena beberapa alasan yang dikemukakan oleh beberapa responden dalam survei tambahan

yang dilakukan oleh peneliti. Alasan yang dikemukakan antara lain:

- a. Jaringan internet yang tidak stabil
Penggunaan YouTube memerlukan jaringan internet yang stabil.

Perbedaan daerah tiap-tiap mahasiswa menimbulkan masalah jaringan internet yang tidak stabil. Selain itu, durasi video dan jumlah video juga menjadi suatu alasan karena apabila jaringan internet tidak stabil, maka mahasiswa bisa menyita waktu yang lama untuk menonton video. Menonton video dengan durasi yang lama akan membuat mahasiswa merasa jenuh, ditambah dengan jaringan yang tidak stabil (Zhang et al., 2006) sehingga membuat mahasiswa sulit menjaga konsentrasi (Abbas et al., 2022). Kestabilan jaringan internet dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain perbedaan daerah (titik koordinat) tempat tinggal mahasiswa, pengaruh cuaca di setiap daerah, *wifi* dan paket kuota yang terbatas, jumlah video, dan durasi video (Ardiansyah, 2020). Fasilitas internet yang tidak memadai kerap kali dijadikan alasan oleh mahasiswa untuk tidak mengikuti kegiatan pembelajaran termasuk dalam penggunaan *YouTube* sebagai media untuk mengakses materi yang diberikan. Mahasiswa menjadikan alasan jaringan yang tidak stabil, pemutusan koneksi internet, dan kondisi audio dan visual yang buruk untuk menghindari pembelajaran (Abbas et al., 2022).

- b. Materi tidak dapat didiskusikan langsung dengan dosen

Video pembelajaran akuntansi dalam *YouTube* belum tentu menyajikan materi

secara lengkap. Tidak semua konten menyajikan materi dengan jelas dan dijelaskan secara detail. Hal tersebut mengakibatkan mahasiswa perlu mencari tahu lebih lanjut terkait materi yang belum dapat dipahami. Jika materi dijelaskan langsung oleh dosen di kelas, maka mahasiswa dapat langsung berdiskusi dengan dosen untuk menyelaraskan pemahaman. Berdiskusi langsung dengan dosen merupakan suatu kelebihan pada pembelajaran tatap muka, dengan berdiskusi langsung maka dosen dapat memberikan beberapa gambaran untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa (Ardiansyah, 2020). Namun tidak semua mahasiswa berkesempatan untuk berdiskusi langsung dengan dosen tentang materi yang tidak dipahami pada video *YouTube*. Perlu memakan waktu untuk mencari konten yang menyajikan materi secara lengkap sebagai akibat dari tidak dapat didiskusikan langsung dengan dosen (Abbas et al., 2022).

- c. Materi tidak atau kurang relevan dengan referensi yang digunakan

Untuk memahami suatu materi, tentu memerlukan referensi. Referensi yang tidak atau kurang relevan menjadi salah satu alasan mengapa penggunaan *YouTube* tidak berpengaruh terhadap pemahaman materi. Hal tersebut dapat menyita waktu untuk mencari konten yang relevan dengan referensi yang digunakan untuk dapat memahami materi. Maka dari itu, dikatakan bahwa berdiskusi langsung dengan dosen dapat memberikan gambaran secara luas untuk meningkatkan pemahaman karena

dosen tentu lebih banyak memiliki referensi materi yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Dari ketiga alasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam memahami materi akuntansi perusahaan dagang belum memenuhi indikator. Pada penelitian ini terdapat lima indikator pemahaman materi, yaitu menafsirkan, menyusun kembali, menggambarkan, menjelaskan kembali, dan mengidentifikasi. Indikator menafsirkan yaitu mampu menjelaskan konsep dengan kalimat yang tepat dan mudah dipahami (Sudjana, 2012). Dalam penelitian ini, indikator menafsirkan merupakan indikator termudah. Dari tiap-tiap indikator, terdapat dua indikator yang hasilnya kurang memuaskan, yaitu indikator menyusun kembali dan menggambarkan. Ketiga indikator lainnya dapat masuk kategori memuaskan. Hal tersebut menandakan terdapat perbedaan pemahaman materi akuntansi dari berbagai aspek, baik itu berdasarkan tingkatan kelas atau berdasarkan program kelas yang diterima (Indra & Rusmita, 2018).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara penggunaan *YouTube* dengan pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang. Hal ini dibuktikan dari hasil *coefficients* korelasi sederhana yang telah dilakukan di mana $r = -0,761$ dengan nilai signifikansi variabel penggunaan *YouTube* yaitu sebesar 0,000. Artinya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

signifikan antara kedua variabel karena nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai t_{hitung} pada variabel penggunaan *YouTube* berada di $|-13,751|$ yang berarti nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 0,1656.

Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu bagi program studi terutama dosen, diharapkan memberikan perhatian lebih untuk membantu mahasiswa memahami mata kuliah pengantar akuntansi karena mata kuliah tersebut merupakan awal mahasiswa mengenal akuntansi. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat lebih aktif pada saat perkuliahan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada guna memahami isi materi. Aktif mencari tahu lebih lanjut terkait materi akuntansi yang sedang dipelajari. Dan bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara penggunaan *YouTube* dengan pemahaman materi akuntansi perusahaan dagang mahasiswa program studi pendidikan akuntansi UNS sehingga diharapkan penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas jumlah sampel yang ada dan dapat diteliti oleh program studi manapun terkait pemahaman materi akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Malik, F., & Pervaiz, M. (2022). Comparison of Students' Learning through Face-to-Face and Online Classes during Covid-19. *Global Regional Review, Vol. VII (2)*, 190-199.
- Ardiansyah. (2020). Efektivitas Praktikum Mandiri Akuntansi Perusahaan Dagang. *Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 3 (2)*, 265-286.
- Aruchi, N., Eleanor, A., & Unchenna, A. (2019). Assesment of Instructional Media Use in Enhancing Teaching and Learning

- of Accounting by Business Education Students in The Niger Delta, Nigeria. *International Multidisciplinary Academic Research Journal Vol. 3 (1)*, 24-39.
- Audie, N. (2019). Peran Media Pembelajaran Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP, Vol. 2 (1)*, 586-595.
- Chei Sian, L., Firdaus, M. F., Huijie, H., Joanna, S. S.-C., Quan, Z., & Sijie, L. (2020). Understanding the use of YouTube as a learning resource: a social cognitive perspective. *Aslib Journal of Information Management Vol. 72 (3)*, 339-359. DOI 10.1108/AJIM-10-2019-0290.
- Darmawan, R., & Nugroho, M. (2016). The Development of Vlogging as Learning Media to Improve Student's Learning Enthusiasm on MYOB Manufacture (Debt Card) Material. *Jurnal Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia Edisi 3*, 1-12.
- Diliana, S. M., Dince, M. N., & Marselina, Y. (2023). Pengaruh Perilaku Belajar, Fasilitas Belajar, dan Kepercayaan Diri Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi. *Jurnal Accounting UNIPA, Vol. 2 (1)*, 293-309.
- Dubey, P., & Sahu, K. (2021). Students' Perceived Benefits, Adoption Intention and Satisfaction to Technology- Enhanced Learning: Examining The Relationships. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning Vol. 14 (3)*, 310-328.
- Fachrurrozie, & Nurkhin, A. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pembelajaran Akuntansi di Perguruan Tinggi; Studi Empiris di Universitas Negeri Semarang. *Seminar Nasional Pendidikan III 2018 (Pendidikan Akuntansi FKIP UMS)*, 1-10.
- Gandawijaya, C., & Sufiyati. (2021). Jurnal Akuntansi Pada Perusahaan Dagang. *SENAPENMAS*, 471-476.
- Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How Video Production Affects Student Engagement: An Empirical Study of MOC Videos. *Proceedings of the first ACM conference on Learning @ scale conference - L@S '14*, 41-50.
- Hadi, S. (2017). Efektivitas Penggunaan Video Sebagai Media Pembelajaran untuk Siswa Sekolah Dasar. *Prosiding TEP & PDs Transformasi Pendidikan Abad 21, Vol.1 (15)*, 96-102.
- Hong, J., Hwang, M., Szeto, E., Tsai, C., Kuo, Y., & Hsu, W. (2016). Internet Cognitive Failure Relevant to Self-Efficacy, Learning Interest, and Satisfaction with Social Media Learning. *Computers in Human Behavior, Vol. 55*, 214-222.
- Indra, S., & Rusmita, S. (2018). Analisis Tingkat Pemahaman Akuntansi (Studi Mahasiswa Jurusan Akuntansi FEB UNTAN). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 7 (1)*, 72-85.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Johansen, F., Knipp, M., Loy, T., Voshaar, J., & Zimmerman, J. (2022). The Impact of Using a Mobile App on Learning Success in Accounting Education. *Accounting Education*, 1-26. DOI: 10.1080/09639284.2022.2041057.
- Kemendikbud. (2018). *Pengantar Akuntansi : Buku Saku Teknisi Akuntansi Level 2 (Cluster B)*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kesuma, A. T. (2014). Efektivitas Model Pembelajaran Satus pada Mata Pelajaran Akuntansi Usaha Dagang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan, Vol. IX (2)*, 148-158.
- Krasna, M., & Bratina, T. (2014). Video Learning Materials for Better Students' Performance. *CEIIS September*, 130-137.
- Lee, C., Osop, H., Goh, D., & Kelni, G. (2017). Making Sense of Comments on YouTube Educational Videos: A Self- Directed Learning Perspective. *Online Information Review, Vol. 41 (5)*, 611-625.

- Luhasi, D. I., & Sadjarto, A. (2017). Youtube: Trobosan Media Pembelajaran Ekonomi Bagi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 5 (2), 219-229.
- Mischel, L. (2018). Watch and Learn? Using ED Puzzle to Enhance the Use of Online Videos. *Management Teaching Review*, Vol. 4 (3), 283-289.
- Pritandhari, M. (2015). Evaluasi Penggunaan Video Tutorial Sebagai Media Pembelajaran Semester IV Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal PROMOSI*, Vol. 3 (2), 11-20.
- Rotellar, C., & Cain, J. (2016). Research, Perspectives, and Recommendations on Implementing the Flipped Classroom. *American Journal of Pharmaceutical Education*, Vol. 80 (2), 1-9.
- Ruski, R., & Sholeh, Y. (2019). Pembelajaran Project Based Learning dengan Menggunakan Sosial Media YouTube Pada Mata Kuliah Media Pembelajaran. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Vol. 3 (2), 151-158.
- Samosir, F., Pitasari, D., & Tjahjono, P. (2019). Efektifitas Pemanfaatan YouTube Melalui Video Online Sebagai Media Pembelajaran oleh Mahasiswa (Studi Di Fakultas Fisip Universitas Bengkulu). *Record and Library Journal*, Vol. 4 (2), 81-91.
- Sari, P. (2019). Analisis Terhadap Kerucut Pengalaman Edgar Dale. *MUDIR (Jurnal Manajemen Pendidikan)*, Vol. 1 (1), 42-57.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tang, C., Christina, Artika, J., & Irianto, D. (2019). Interest of Sharing and Interest of Accessing Accounting Knowledge Via Youtube. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 377, 178-182.
- Widiasworo, E. (2017). *Strategi dan Metode Mengajar Siswa di Luar Kelas*. Yogyakarta: ArruzzoMedi.
- Yusri, Rosida, A., Jufri, & R, M. (2018). Efektivitas Penggunaan Media YouTube Berbasis Various Approaches dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Bahasa Inggris. *Eralingua: Jurnal Pendidikan Bahasa Asing dan Sastra* Vol. 2 (2), 77-82.