

GAMIFIKASI DALAM PELATIHAN AKUNTANSI: MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEP KEUANGAN MELALUI MEDIA INTERAKTIF

Andi Iswan^{*1}, Mardiatwati²

¹²Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email: ¹iswan30091981@gmail.com, ²mardiatwati@usn.ac.id

^{*}Penulis Korespondensi

(Naskah diterima untuk diterbitkan: 30-04-2025)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas media pembelajaran berbasis gamifikasi dalam meningkatkan pemahaman konsep keuangan peserta pelatihan akuntansi. Desain penelitian yang digunakan adalah quasi-experimental dengan model *one-group pre-test and post-test*, melibatkan 37 peserta sebagai responden. Instrumen yang digunakan meliputi tes objektif untuk mengukur pemahaman awal dan akhir, kuesioner keterlibatan, serta catatan interaksi sistem aplikasi (*learning analytics*). Hasil menunjukkan bahwa rata-rata skor pre-test sebesar 14.76 meningkat signifikan menjadi 21.00 pada post-test. Uji *paired sample t-test* menghasilkan nilai $t = -10.023$ dengan $p = 0.000$ ($p < 0.05$), yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan. Selain itu, korelasi negatif yang signifikan antara skor pre-test dan post-test ($r = -0.363$; $p = 0.027$) mengindikasikan bahwa peserta dengan nilai awal rendah memperoleh peningkatan yang lebih besar. Data keterlibatan menunjukkan respons positif terhadap penggunaan gamifikasi. Temuan ini menegaskan bahwa gamifikasi merupakan strategi pembelajaran yang efektif dalam pelatihan akuntansi, baik dalam meningkatkan hasil belajar maupun keterlibatan peserta.

Kata kunci: *gamifikasi, Pelatihan Akuntansi, Pembelajaran Interaktif, Learning Analytics*

GAMIFICATION IN ACCOUNTING TRAINING: ENHANCING FINANCIAL CONCEPT UNDERSTANDING THROUGH INTERACTIVE MEDIA

Abstract

This study seeks to evaluate the efficacy of gamified learning media in enhancing participants' comprehension of financial topics within accounting instruction. A quasi-experimental approach employing a one-group pre-test and post-test model was utilized, encompassing 37 persons as subjects. The instruments comprised objective assessments to evaluate pre- and post-training understanding, an engagement survey, and records of system interactions (learning analytics). The findings indicated that the mean pre-test score of 14.76 considerably rose to 21.00 in the post-test. The paired sample t-test produced a t-value of -10.023 and a p-value of 0.000 ($p < 0.05$), signifying a statistically significant enhancement in the comprehension of financial concepts. A notable negative association between pre-test and post-test scores ($r = -0.363$; $p = 0.027$) indicated that participants with lower initial scores saw higher enhancement. The engagement data indicated favorable reactions to the gamified media. The findings validate that gamification is an efficacious pedagogical approach for accounting training, improving both educational outcomes and participant involvement.

Keywords: *gamification, accounting education, interactive pedagogy, learning analytics*

1. PENDAHULUAN

Pemahaman konsep dasar akuntansi merupakan fondasi penting bagi individu yang berkecimpung dalam dunia bisnis dan keuangan. Namun, pelatihan akuntansi tradisional sering

kali didominasi metode ceramah dan latihan soal konvensional yang cenderung monoton, sehingga menurunkan tingkat keterlibatan peserta.

Di era transformasi digital saat ini, muncul kebutuhan untuk merevolusi pendekatan pembelajaran agar lebih interaktif, menarik, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Gamifikasi, sebagai strategi penerapan elemen permainan dalam konteks pendidikan non-game, menawarkan solusi inovatif untuk meningkatkan motivasi belajar dan memperkaya pengalaman pelatihan akuntansi. Penerapan media interaktif berbasis gamifikasi tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan peserta, tetapi juga mendorong pemahaman yang lebih dalam terhadap konsep-konsep keuangan melalui simulasi yang realistis dan berbasis tantangan[1].

Gamifikasi mengacu pada penggunaan mekanisme permainan seperti poin, level, lencana, papan peringkat, dan tantangan dalam konteks non-permainan untuk mendorong keterlibatan pengguna[2]. Dalam ranah pendidikan, gamifikasi terbukti mampu meningkatkan motivasi intrinsik, retensi pengetahuan, dan partisipasi aktif. Dalam konteks akuntansi, konsep-konsep seperti persamaan dasar akuntansi, laporan keuangan, siklus akuntansi, dan analisis rasio sering kali memerlukan pemahaman konseptual yang kuat. Integrasi elemen permainan dalam pelatihan akuntansi dapat membantu peserta mengaitkan konsep tersebut dengan situasi nyata, mempercepat pemahaman, dan meningkatkan kemampuan aplikatif[3].

Berbagai studi telah menunjukkan efektivitas gamifikasi dalam meningkatkan hasil belajar. Pelatihan logika dan pemrograman dasar berbasis gamifikasi menggunakan platform Ozaria berhasil diberikan kepada siswa SD oleh ITS dan The Skills Indonesia untuk mendukung literasi digital generasi Alpha. Kegiatan ini menekankan pentingnya metode pembelajaran yang menyenangkan dan interaktif[4]. Gamifikasi dalam lingkungan kerja terbukti berkontribusi pada peningkatan enjoyment karyawan startup di Yogyakarta. Motivasi menjadi mediator penting dalam pengaruh gamifikasi dan kepuasan kerja terhadap kenikmatan kerja. Studi ini menggunakan analisis regresi linier berganda pada 73 karyawan[5]. Penerapan gamifikasi juga terbukti signifikan terhadap engagement karyawan generasi Z, yang dikenal kurang loyal. Melalui pelatihan berbasis permainan, keterlibatan meningkat secara positif. Penelitian ini menekankan pentingnya elemen permainan dalam pelatihan karyawan guna meningkatkan loyalitas dan kinerja[6]. Di bidang pendidikan, gamifikasi diterapkan dalam pelatihan guru menggunakan platform Wordwall.net. Guru-guru SD dilatih membuat kuis dan media pembelajaran berbasis game untuk meningkatkan interaktivitas selama pandemi COVID-19. Literasi digital pendidik pun meningkat[7]. Sementara itu, Universitas Negeri Malang mengembangkan model pembelajaran gamifikasi berbasis proyek untuk mahasiswa tahun pertama. Model ini menggunakan pendekatan ADDIE dan terbukti menarik serta efektif untuk memotivasi mahasiswa membuat multimedia interaktif dalam pembelajaran visual programming[8]. Pendekatan serupa digunakan oleh Universitas Jambi untuk melatih guru PAUD dalam mengembangkan media gamifikasi. Kegiatan pelatihan dan pendampingan meningkatkan kompetensi profesional guru, terutama dalam penggunaan teknologi sebagai media pembelajaran untuk anak usia dini[9].

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan media pembelajaran interaktif berbasis gamifikasi dalam pelatihan akuntansi serta mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman konsep keuangan peserta. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis tingkat keterlibatan peserta selama pelatihan melalui data learning analytics, sehingga memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensi gamifikasi dalam mengoptimalkan pelatihan akuntansi berbasis teknologi.

2. METODE

a. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuasi-eksperimental tipe one-group pre-test and post-test. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur efektivitas media pembelajaran berbasis gamifikasi dalam meningkatkan pemahaman konsep keuangan peserta pelatihan akuntansi.

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari 37 peserta pelatihan akuntansi yang direkrut secara purposive, dengan kriteria, yaitu: Telah mengikuti minimal satu pelatihan akuntansi sebelumnya, Memiliki pengalaman dasar dalam penggunaan perangkat digital, Bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

c. Prosedur Penelitian

1) Pre-test

Dilaksanakan untuk mengukur tingkat awal pemahaman peserta terkait konsep keuangan, menggunakan tes objektif (*multiple choice*) sebanyak 25 butir soal.

2) Post-test

Setelah program pelatihan selesai, peserta diberikan tes serupa untuk mengukur peningkatan pemahaman.

3) Survei Keterlibatan

Kuesioner berbasis skala Likert dikumpulkan untuk mengukur persepsi keterlibatan, motivasi, dan persepsi manfaat penggunaan gamifikasi.

4) Learning Analytics

Data interaksi peserta selama pelatihan (frekuensi login, waktu aktif, jumlah tugas selesai, pencapaian badge) diambil secara otomatis dari sistem.

d. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga instrumen utama yang saling melengkapi untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas media pembelajaran berbasis gamifikasi dalam pelatihan akuntansi.

Pertama, tes objektif berupa pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman konsep keuangan sebelum dan sesudah intervensi pembelajaran. Tes ini terdiri dari 25 soal pilihan ganda yang mencakup materi persamaan dasar akuntansi, laporan keuangan, siklus akuntansi, serta analisis rasio. Penyusunan soal telah divalidasi oleh ahli untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan pembelajaran dan tingkat kesulitan yang proporsional.

Kedua, untuk menilai tingkat keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran, digunakan kuesioner keterlibatan yang disusun berdasarkan adaptasi dari User Engagement Scale. Kuesioner ini terdiri dari delapan item yang mengukur dimensi fokus atensi, keterlibatan emosional, estetika interaksi, sensasi penghargaan, serta motivasi eksplorasi. Setiap item dinilai menggunakan skala Likert lima poin, sehingga memungkinkan analisis kuantitatif terhadap persepsi peserta terhadap media gamifikasi yang digunakan.

Ketiga, catatan interaksi sistem aplikasi dikumpulkan secara otomatis melalui fitur learning analytics yang terintegrasi dalam platform pembelajaran. Data yang direkam meliputi jumlah login peserta, durasi waktu aktif, jumlah tugas yang diselesaikan, jumlah badge yang diperoleh, dan level tertinggi yang dicapai selama program pelatihan. Catatan ini memberikan indikator objektif mengenai perilaku belajar peserta dan digunakan untuk analisis hubungan antara tingkat aktivitas dalam aplikasi dengan hasil pembelajaran yang dicapai.

e. Teknik Analisis Data

1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, yang merupakan salah satu teknik pengujian distribusi data yang umum digunakan, khususnya untuk jumlah sampel yang lebih dari 30. Uji ini membandingkan distribusi kumulatif data sampel dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal teoretis. Hasil dari pengujian ini akan menunjukkan nilai signifikansi (p-value) yang menjadi dasar penarikan kesimpulan terhadap distribusi data.

Jika nilai signifikansi yang diperoleh dari uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (biasanya 0,05), maka data dianggap berdistribusi normal.

2) Uji Efektivitas

Peningkatan pemahaman diukur menggunakan *Paired Sample t-Test* jika data berdistribusi normal, atau *Wilcoxon Signed-Rank Test* jika data tidak normal. Rumus uji t untuk dua sampel berpasangan.

$$t = \frac{\bar{d}}{sd/\sqrt{n}} \quad (1)$$

dengan d adalah rata-rata selisih skor post-test dan pre-test, sd simpangan baku dari selisih, dan n jumlah peserta.

3) Pengukuran Efek Keterlibatan

Analisis deskriptif dilakukan terhadap data kuesioner keterlibatan peserta dengan menghitung nilai rata-rata, standar deviasi, dan distribusi frekuensi dari setiap item, guna memperoleh gambaran umum mengenai tingkat keterlibatan pengguna dalam penggunaan media gamifikasi selama proses pembelajaran berlangsung.

4) Korelasi Learning Analytics dan Skor

Korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel keterlibatan (jumlah login, skor tugas, perolehan badge) dengan hasil post-test. Rumus koefisien korelasi Pearson[10].

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (2)$$

Dimana n adalah jumlah peserta, x adalah variabel learning analytics, dan y adalah skor post-test.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengumpulan dan Olah Data

Setelah seluruh rangkaian pelatihan diselesaikan oleh peserta, proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis dari tiga sumber utama untuk mendukung analisis kuantitatif secara komprehensif. Pertama, data diperoleh dari hasil pre-test dan post-test yang digunakan untuk mengukur tingkat perubahan pemahaman peserta terhadap konsep-konsep keuangan sebelum dan sesudah intervensi pembelajaran.

Tes ini mencerminkan dimensi kognitif dari proses pelatihan. Kedua, kuesioner keterlibatan yang telah disebarakan secara daring digunakan untuk menangkap persepsi peserta terhadap interaktivitas, motivasi, dan pengalaman belajar mereka selama menggunakan media pembelajaran berbasis gamifikasi. Instrumen ini berfokus pada aspek afektif dan respons emosional peserta terhadap media. Ketiga, data dikumpulkan secara otomatis melalui sistem aplikasi dalam bentuk log aktivitas atau *learning analytics*, yang mencakup catatan jumlah

login, waktu penggunaan, jumlah tugas yang diselesaikan, pencapaian badge, dan level tertinggi yang dicapai.

Tabel 1. Hasil Instrumen Responden

No	Pre Test	Post Test	Jumlah Login	Waktu Aktif Jam	Tugas Selesai
1	16	24	6	3.67	19
2	13	19	14	5.6	16
3	17	21	8	7.68	21
4	14	18	12	7.66	18
5	16	21	11	7.14	16
6	19	23	13	4.92	23
7	12	19	12	6.93	10
8	16	19	9	5.68	10
9	17	18	6	9.8	18
10	14	19	9	8.94	20
11	13	22	12	8.05	23
12	17	19	14	4.65	18
13	17	21	13	4.79	13
14	12	21	13	3.28	22
15	15	24	5	7.97	18
16	14	21	13	3.78	12
17	11	24	11	6.08	16
18	17	21	13	4.41	15
19	15	22	12	9.27	17
20	11	24	5	6.33	20
21	14	20	12	6.94	18
22	10	23	12	7.87	23
23	19	18	7	3.98	14
24	15	21	5	7.23	10
25	18	19	12	6.78	12
26	10	21	7	4.42	19
27	19	19	7	9.6	21
28	12	23	5	7.19	17
29	16	23	9	7.86	24
30	13	23	14	9.16	20
31	18	19	11	7.37	15
32	12	21	14	5.07	17
33	14	23	13	3.74	18
34	12	22	11	6.2	13
35	16	24	13	4.53	10
36	14	19	12	5.92	23
37	18	19	6	9.18	10

Data ini mencerminkan perilaku aktual peserta selama mengikuti pelatihan dan digunakan untuk menganalisis pola interaksi digital yang mungkin berpengaruh terhadap hasil belajar. Ketiga jenis data tersebut kemudian diolah menggunakan teknik statistik yang sesuai untuk mengukur efektivitas media pembelajaran, tingkat keterlibatan peserta, serta korelasi antara intensitas penggunaan aplikasi dengan peningkatan hasil belajar

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov pada skor pre-test dan post-test untuk menentukan kelayakan penggunaan uji parametrik.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Pre-test dan Post-test

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83721071
	Absolute	.120
Most Extreme Differences	Positive	.120
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.730
Asymp. Sig. (2-tailed)		.661

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.661 lebih besar dari 0.05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi telah terpenuhi

c. Uji Efektivitas Pelatihan

Analisis paired sample t-test dilakukan untuk menguji hipotesis bahwa terdapat perbedaan signifikan antara skor sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan media gamifikasi.

Tabel 3. Hasil Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Pre Test	14.7568	37	2.59706	.42695
	Post Test	21.0000	37	1.97203	.32420

Pada Tabel 3 ditampilkan ringkasan hasil statistik deskriptif dari kedua sampel yang diteliti, yaitu nilai Pre-Test dan Post-Test. Untuk nilai Pre-Test diperoleh rata-rata hasil belajar (mean) sebesar 14.576, sedangkan untuk Post-Test diperoleh rata-rata hasil belajar sebesar 21.000. Jumlah responden atau siswa yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah sebanyak 37 orang. Nilai standar deviasi pada Pre-Test sebesar 2.597 dan pada Post-Test sebesar 1.972.

Tabel 4. Hasil Paired Sample t-Test

		Paired Differences							
				Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference				Sig. (2-tailed)
		Mean	Deviation	Mean	Lower	Upper	t	df	
Pair 1	Pre Test - Post Test	-6.24324	3.78891	.62289	-7.50653	-4.97996	-10.023	36	.000

Hasil analisis menggunakan *paired sample t-test* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara nilai Pre-Test dan Post-Test. Nilai rata-rata selisih (mean difference) antara kedua tes adalah -6.243, dengan standar deviasi sebesar 3.789 dan nilai *standard error mean* sebesar 0.623. Interval kepercayaan 95% terhadap perbedaan tersebut berada pada rentang -7.507 hingga -4.980, yang tidak mencakup nilai nol, mengindikasikan adanya perbedaan yang bermakna secara statistik. Nilai *t hitung* yang diperoleh adalah -10.023 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 36, dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0.000.

d. Analisis Keterlibatan Peserta

Analisis keterlibatan dihitung berdasarkan rata-rata skor dari delapan item kuesioner. Keterlibatan peserta dikategorikan berdasarkan rentang skor sebagai berikut.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Skor Keterlibatan Peserta

		Pre Test	Post Test
N	Valid	37	37
	Missing	0	0
Mean		14.7568	21.0000
Median		15.0000	21.0000
Std. Deviation		2.59706	1.97203
Variance		6.745	3.889
Minimum		10.00	18.00
Maximum		19.00	24.00

Statistik deskriptif terhadap hasil pre-test dan post-test memberikan gambaran umum mengenai distribusi skor belajar peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan berbasis gamifikasi. Jumlah responden yang valid sebanyak 37 orang, tanpa adanya data yang hilang (missing value). Rata-rata skor pre-test adalah 14.76 dengan standar deviasi sebesar 2.60, sedangkan skor post-test menunjukkan peningkatan dengan rata-rata sebesar 21.00 dan standar deviasi sebesar 1.97.

Nilai median untuk pre-test dan post-test masing-masing adalah 15.00 dan 21.00, menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada di sekitar nilai tersebut. Rentang nilai pre-test berkisar antara 10 hingga 19, sedangkan rentang post-test berada antara 18 hingga 24, yang mencerminkan adanya pergeseran distribusi nilai ke arah yang lebih tinggi setelah pelatihan.

Varians skor pre-test sebesar 6.75 menunjukkan penyebaran yang lebih besar dibandingkan post-test yang hanya 3.89, mengindikasikan bahwa setelah pelatihan, hasil belajar peserta menjadi lebih seragam dan terkonsolidasi. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan peserta dalam media pembelajaran interaktif yang diterapkan memberikan dampak positif tidak hanya

dalam peningkatan skor rata-rata, tetapi juga dalam menekan disparitas pencapaian antarpeserta.

e. Analisis Learning Analytics

Tabel 5. Korelasi Pearson

		Pre Test	Post Test
Pre Test	Pearson Correlation	1	-.363*
	Sig. (2-tailed)		.027
	N	37	37
Post Test	Pearson Correlation	-.363*	1
	Sig. (2-tailed)	.027	
	N	37	37

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil analisis korelasi Pearson antara skor pre-test dan post-test menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik, namun bersifat negatif. Nilai koefisien korelasi Pearson yang diperoleh sebesar -0.363 dengan tingkat signifikansi $p = 0.027$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah hingga sedang dan berlawanan arah antara kedua variabel tersebut.

Artinya, semakin tinggi nilai pre-test peserta, maka cenderung nilai post-test-nya lebih rendah, dan sebaliknya. Meskipun korelasi ini tidak kuat, hasil ini menarik karena menunjukkan bahwa peserta dengan nilai awal yang lebih rendah justru mengalami peningkatan lebih besar setelah mengikuti pelatihan berbasis gamifikasi. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pendekatan gamifikasi lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman pada peserta dengan tingkat awal yang lebih rendah[11]. Dengan demikian, hasil korelasi ini memperkuat temuan bahwa media pembelajaran interaktif berbasis gamifikasi dapat memberikan manfaat yang merata atau bahkan lebih besar bagi peserta yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam penguasaan materi.

f. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran berbasis gamifikasi dalam pelatihan akuntansi berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep keuangan. Hal ini dibuktikan melalui perbandingan skor pre-test dan post-test, di mana terjadi peningkatan rata-rata skor dari 14.76 menjadi 21.00. Selain peningkatan skor, penyebaran nilai setelah pelatihan juga menjadi lebih merata, tercermin dari penurunan standar deviasi dari 2.60 pada pre-test menjadi 1.97 pada post-test. Temuan ini menunjukkan bahwa media gamifikasi tidak hanya meningkatkan hasil belajar, tetapi juga membantu menyamakan tingkat penguasaan peserta terhadap materi pelatihan.

Keterlibatan peserta selama proses pembelajaran juga menjadi faktor penting yang tercermin dalam hasil penelitian. Rata-rata skor keterlibatan yang tinggi, serta data learning analytics seperti jumlah login dan penyelesaian tugas yang konsisten, mengindikasikan bahwa peserta terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran. Elemen-elemen gamifikasi seperti pemberian poin, sistem level, tantangan berbasis simulasi, serta penghargaan digital melalui badge dan leaderboard, terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan tersebut.

Hasil uji korelasi Pearson antara skor pre-test dan post-test menunjukkan hubungan negatif yang signifikan ($r = -0.363$, $p = 0.027$). Artinya, peserta dengan nilai awal yang lebih rendah justru cenderung mengalami peningkatan yang lebih besar setelah mengikuti pelatihan. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan pendekatan *compensatory effect*, di mana metode

pembelajaran interaktif berbasis gamifikasi memberikan dampak lebih besar pada peserta dengan kompetensi awal yang rendah.

Temuan ini memiliki implikasi penting dalam konteks pendidikan dan pelatihan vokasional, khususnya di bidang akuntansi. Pendekatan tradisional yang cenderung teoritis dan satu arah sering kali menjadi kendala dalam mencapai pemahaman yang mendalam, terutama pada peserta yang tidak memiliki latar belakang kuat dalam keuangan. Dengan memanfaatkan media pembelajaran berbasis gamifikasi, proses pelatihan dapat disesuaikan dengan karakteristik peserta yang beragam, meningkatkan motivasi belajar, serta mendorong pembelajaran aktif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mendorong pengembangan strategi pembelajaran akuntansi yang lebih inovatif, adaptif, dan berbasis teknologi interaktif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 37 peserta, ditemukan bahwa rata-rata skor pre-test sebesar 14.76 meningkat menjadi 21.00 pada post-test setelah mengikuti pelatihan akuntansi berbasis gamifikasi. Uji *paired sample t-test* menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik antara kedua skor tersebut dengan nilai t sebesar -10.023, p -value 0.000 ($p < 0.05$), yang menegaskan efektivitas media pembelajaran interaktif dalam meningkatkan pemahaman konsep keuangan. Selain itu, uji korelasi Pearson antara skor pre-test dan post-test menunjukkan hubungan negatif yang signifikan ($r = -0.363$, $p = 0.027$), mengindikasikan bahwa peserta dengan nilai awal lebih rendah mengalami peningkatan yang lebih besar. Data learning analytics dan hasil kuesioner keterlibatan juga mendukung temuan ini, di mana peserta menunjukkan keterlibatan aktif selama pembelajaran. Secara keseluruhan, gamifikasi terbukti menjadi pendekatan yang tidak hanya meningkatkan hasil belajar, tetapi juga mampu menjangkau berbagai tingkat kompetensi peserta secara lebih efektif.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Saptadi *et al.*, *Kapita Selekta Teknologi Informasi*. Sada Kurnia Pustaka, 2025.
- [2] R. A. Oxarart and J. D. Houghton, "A Spoonful of Sugar: Gamification as Means for Enhancing Employee Self-Leadership and Self-Concordance at Work," *Adm. Sci.*, vol. 11, no. 2, pp. 1–16, 2021, doi: 10.3390/admsci11020035.
- [3] R. Aghni, "Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia, Vol. XVI, No. 1, Tahun 2018," *J. Pendidik. Akunt. Indones.*, vol. XVI, no. 1, pp. 98–107, 2018.
- [4] S. Sarwosri, S. Rochimah, U. L. Yuhana, D. Oranova, and R. J. Akbar, "Pelatihan Pengantar Logika dan Pemrograman Dasar untuk The Skills Indonesia dengan Gamifikasi," *Sewagati*, vol. 8, no. 2, pp. 1337–1346, 2024, doi: 10.12962/j26139960.v8i2.819.
- [5] D. Riatmaja and D. Sukmaningrum, "Pengaruh Gamifikasi Pekerjaan dan Kepuasan Kerja terhadap Enjoyment Karyawan Perusahaan Startup di Yogyakarta," *J. Apl. Bisnis*, vol. 20, no. 2, pp. 473–482, 2023, doi: 10.20885/jabis.vol20.iss2.art4.
- [6] M. Q. Atieq, R. A. Basid, and T. Jayanti, "Gamification pada Perusahaan: Dampaknya pada Tingkat Engagement Karyawan Generasi Z," *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 11, no. 1, p. 73, 2023, doi: 10.21043/bisnis.v11i1.19462.
- [7] R. R. Mardhotillah, A. Rulyansah, N. Authar, R. P. N. Budiarti, and R. P. Wardhani, "Pemanfaatan Platform Game Edukasi untuk Menunjang Pendidikan di Era Pandemi COVID-19," *Indones. Berdaya*, vol. 4, no. 1, pp. 171–180, 2022, doi: 10.47679/ib.2023390.

- [8] M. K. Azman, Y. Soepriyanto, and M. D. K. Degeng, "Pengembangan Pembelajaran Gamifikasi Berbasis Proyek Software Multimedia Interaktif," *JKTP J. Kaji. Teknol. Pendidik.*, vol. 6, no. 4, pp. 198–209, 2023, doi: 10.17977/um038v6i42023p198.
- [9] H. Sofyan, U. Hasni, R. S. Amanda, A. N. Ismiatun, and M. Siregar, "Peningkatan Kompetensi Profesional Guru Paud Melalui Pelatihan Pengembangan Gamifikasi Dalam Pembelajaran AUD," *J. Pengabd. Multidisiplin*, vol. 3, no. 2, pp. 1–6, 2023, doi: 10.51214/japamul.v3i2.668.
- [10] F. M. Sari, R. N. Hadiati, and W. P. Sihotang, "Analisis Korelasi Pearson Jumlah Penduduk Dengan Jumlah Kendaraan Bermotor di Provinsi Jambi," *Multi Prox. J. Stat. Univ. Jambi*, vol. 2, no. 1, pp. 39–44, 2023.
- [11] S. De Oliveira Durso, L. Reginato, and E. Cornacchione, "Gamification in Accounting and Students' Skillset," *Adv. Sci. Appl. Account.*, vol. 12, no. 3, pp. 079–100, 2020, doi: 10.14392/asaa.2019120305.