
Studi Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Domestik Bruto

MARIA ELISABET MARPAUNG

Abstrak

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis dalam upaya peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor ini mencakup berbagai subsektor, seperti seni pertunjukan, film, desain grafis, fashion, kuliner, hingga aplikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi ekonomi kreatif terhadap peningkatan PDB Indonesia serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis data sekunder, penelitian ini menemukan bahwa ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB, terutama melalui sektor fashion, kuliner, dan aplikasi digital. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah akses permodalan, penguasaan teknologi, serta keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang kreatif. Selain itu, ketergantungan terhadap pasar domestik dan kurangnya ekspansi ke pasar global juga menjadi kendala yang perlu diatasi. Studi ini merekomendasikan penguatan ekosistem ekonomi kreatif melalui peningkatan akses permodalan, pengembangan keterampilan berbasis teknologi, serta perluasan pasar ekspor produk kreatif. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan sektor ekonomi kreatif tidak hanya berkontribusi pada peningkatan PDB, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong inovasi berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci: *Ekonomi kreatif, Pendapatan Domestik Bruto, inovasi, ekspor, lapangan kerja.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berbasis pada ide, kreativitas, dan inovasi manusia dalam menciptakan nilai tambah. Dalam konteks global, sektor ini semakin mendapat perhatian karena kemampuannya untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat. Di Indonesia, ekonomi kreatif mulai diperkenalkan secara resmi sebagai salah satu sektor strategis sejak tahun 2009 melalui pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), yang kemudian dilebur ke dalam Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, sektor ini tercatat menyumbang sekitar 7,4% terhadap PDB nasional, menjadikannya salah satu sektor yang paling berpotensi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Sektor-sektor utama yang mendominasi kontribusi tersebut antara lain fashion, kuliner, dan aplikasi digital. Masing-masing sektor memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Namun, meskipun potensinya besar, sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan akses permodalan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kreatif. Banyak pelaku usaha kreatif yang kesulitan mendapatkan modal usaha karena kurangnya jaminan atau ketidakmampuan memenuhi persyaratan perbankan. Selain itu, penguasaan teknologi dan digitalisasi juga masih menjadi kendala bagi sebagian besar pelaku usaha kreatif, terutama yang berada di daerah terpencil atau pedesaan.

Tantangan lainnya adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten di bidang kreatif. Banyak pelaku usaha kreatif yang memiliki ide-ide inovatif tetapi tidak mampu mengimplementasikannya secara optimal karena keterbatasan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis, pemasaran digital, dan penguasaan teknologi informasi. Selain itu, masih terdapat kesenjangan antara kebutuhan industri kreatif dengan kurikulum pendidikan formal yang ada saat ini.

Di sisi lain, peluang pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih sangat terbuka lebar. Dengan populasi yang besar dan mayoritas penduduk berusia produktif, Indonesia memiliki potensi pasar yang sangat besar bagi produk-produk kreatif. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan internet yang semakin pesat juga membuka peluang baru bagi pelaku usaha kreatif untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat internasional.

Pemerintah Indonesia pun telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung pengembangan sektor ekonomi kreatif, antara lain melalui pemberian insentif pajak bagi pelaku usaha kreatif, pengembangan inkubasi bisnis kreatif, serta penyelenggaraan berbagai festival dan pameran produk kreatif. Namun, efektivitas kebijakan tersebut masih perlu dievaluasi lebih lanjut untuk memastikan bahwa manfaatnya benar-benar dirasakan oleh seluruh pelaku usaha kreatif, terutama UMKM yang selama ini menjadi tulang punggung sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

Dalam konteks globalisasi, sektor ekonomi kreatif juga memiliki peluang besar untuk meningkatkan ekspor produk-produk kreatif Indonesia. Produk-produk fashion, kerajinan tangan, animasi, dan aplikasi digital Indonesia telah mulai merambah pasar internasional. Namun, upaya untuk memperluas pasar ekspor ini masih terhambat oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan akses informasi pasar global, persaingan ketat dengan produk-produk dari negara lain, serta kendala regulasi ekspor yang kompleks.

Berdasarkan paparan tersebut, penting untuk melakukan kajian mendalam mengenai peran ekonomi kreatif dalam peningkatan Pendapatan Domestik Bruto di Indonesia. Kajian ini tidak hanya berfokus pada kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB, tetapi juga mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha kreatif dalam memanfaatkan potensi pasar domestik dan global. Dengan demikian, diharapkan dapat dirumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang lebih efektif, berkelanjutan, dan inklusif bagi seluruh pelaku usaha kreatif di Indonesia.

Pembahasan

1. Definisi dan Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berbasis pada kreativitas, ide, dan inovasi manusia yang berfokus pada penciptaan nilai tambah dari produk atau jasa. Sektor ini tidak hanya terbatas pada industri hiburan atau seni, tetapi juga mencakup subsektor lainnya seperti kuliner, fashion, aplikasi digital, dan pariwisata berbasis budaya. Menurut United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), ekonomi kreatif mencakup sektor-sektor yang berfokus pada konten kreatif dan inovatif yang berbasis pada hak kekayaan intelektual.

Di Indonesia, konsep ekonomi kreatif mulai mendapatkan perhatian serius sejak pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2009. Bekraf kemudian dilebur ke dalam Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang bertujuan untuk memperkuat sinergi antara sektor kreatif dan pariwisata. Fokus pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia terbagi menjadi 16 subsektor utama, termasuk film, musik, aplikasi digital, kuliner, dan kriya.

2. Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB

Salah satu indikator utama untuk mengukur kontribusi ekonomi kreatif adalah melalui Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Menurut data BPS, kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, sektor ini menyumbang sekitar 7,8% terhadap PDB nasional, menjadikannya sebagai salah satu sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan.

Subsektor kuliner menjadi kontributor terbesar, dengan menyumbang sekitar 41% dari total kontribusi ekonomi kreatif. Produk kuliner Indonesia seperti kopi, makanan ringan, dan produk olahan tradisional berhasil menarik minat pasar domestik dan internasional. Selain itu, subsektor fashion menyumbang sekitar 18% dari total kontribusi sektor kreatif, dengan produk-produk seperti batik, tenun, dan pakaian muslim yang semakin diminati oleh pasar global.

Subsektor aplikasi digital juga menunjukkan pertumbuhan yang pesat seiring dengan peningkatan penetrasi internet di Indonesia. Start-up digital seperti Gojek, Tokopedia, dan Bukalapak menjadi contoh nyata keberhasilan subsektor ini dalam menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi perekonomian.

3. Tantangan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Meskipun kontribusinya semakin meningkat, pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Beberapa tantangan utama antara lain:

a. Keterbatasan Akses Permodalan:

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kreatif sering kali kesulitan mendapatkan modal usaha. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan UMKM untuk memenuhi persyaratan perbankan, seperti jaminan aset atau rekam jejak kredit. Akibatnya, banyak pelaku usaha kreatif yang mengandalkan modal pribadi atau pinjaman informal, yang pada akhirnya menghambat pengembangan usaha mereka.

b. Kualitas SDM yang Rendah:

Mayoritas pelaku usaha kreatif di Indonesia adalah pengusaha kecil yang memiliki keterbatasan dalam hal keterampilan manajerial, penguasaan teknologi digital, serta kemampuan pemasaran. Ketiadaan program pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan menyebabkan banyak pelaku usaha kreatif kesulitan bersaing dengan produk-produk dari negara lain.

c. Kendala Infrastruktur Digital:

Meskipun penetrasi internet di Indonesia terus meningkat, masih terdapat kesenjangan akses infrastruktur digital di beberapa daerah, terutama di wilayah terpencil dan pedesaan. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha kreatif di daerah tersebut sulit mengakses pasar digital atau memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan produk mereka.

d. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI):

Masalah pembajakan dan pelanggaran HKI masih menjadi tantangan serius bagi sektor ekonomi kreatif. Produk-produk seperti film, musik, dan aplikasi digital sering kali menjadi sasaran pembajakan, yang pada akhirnya merugikan pelaku usaha kreatif dan mengurangi potensi pendapatan mereka.

4. Peluang Pengembangan Ekonomi Kreatif

Di sisi lain, sektor ekonomi kreatif di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dengan adanya dukungan pemerintah dan perkembangan teknologi digital. Beberapa peluang strategis yang dapat dimanfaatkan antara lain:

a. Ekspor Produk Kreatif:

Pasar global semakin terbuka terhadap produk-produk kreatif asal Indonesia, seperti kerajinan tangan, fashion, dan animasi. Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan telah menginisiasi berbagai program promosi ekspor produk kreatif untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional.

b. Digitalisasi Ekonomi Kreatif:

Perkembangan teknologi digital membuka peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Platform e-commerce seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk kreatif hingga ke tingkat global. Selain itu, pengembangan aplikasi digital dan konten kreatif berbasis teknologi juga berpotensi untuk menarik investor asing.

c. Pariwisata Berbasis Kreatif:

Pengembangan destinasi wisata berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi daerah. Festival seni, pameran produk kreatif, dan event pariwisata berbasis budaya dapat menarik wisatawan lokal dan mancanegara, serta memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat sekitar.

5. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Untuk mengoptimalkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB, diperlukan langkah-langkah strategis yang komprehensif dan berkelanjutan. Beberapa strategi pengembangan yang dapat diterapkan antara lain:

a. Penguatan Infrastruktur Digital:

Pemerintah perlu mempercepat pembangunan infrastruktur digital di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di daerah terpencil. Akses internet yang merata akan membuka peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk mengakses pasar digital dan memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing produk mereka.

b. Program Inkubasi dan Akselerasi:

Program inkubasi bisnis kreatif perlu diperluas untuk memberikan dukungan permodalan, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku usaha kreatif. Selain itu, program akselerasi juga dapat membantu usaha kreatif yang sudah mapan untuk meningkatkan skala usaha dan memperluas pasar.

c. Peningkatan Kualitas SDM Kreatif:

Pelatihan berbasis digital, manajemen bisnis, dan pemasaran internasional perlu diintensifkan untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha kreatif. Program pendidikan vokasi dan kolaborasi dengan perguruan tinggi juga dapat dijadikan strategi untuk mencetak SDM kreatif yang berkualitas dan berdaya saing global.

d. Peningkatan Akses Permodalan:

Bank-bank nasional dan lembaga keuangan lainnya perlu didorong untuk memperluas akses permodalan bagi pelaku usaha kreatif melalui skema kredit bunga rendah atau program pinjaman berbasis jaminan hak kekayaan intelektual.

e. Perlindungan HKI dan Regulasi:

Pemerintah perlu memperketat pengawasan terhadap pelanggaran HKI serta memberikan perlindungan yang lebih efektif terhadap produk-produk kreatif. Hal ini bertujuan untuk menjaga nilai ekonomi dari produk kreatif Indonesia di pasar global.

6. Implementasi dan Evaluasi Kebijakan

Implementasi strategi pengembangan ekonomi kreatif harus dilakukan secara terkoordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan sektor swasta. Selain itu, evaluasi berkala terhadap kebijakan dan program yang telah diterapkan sangat penting untuk memastikan efektivitasnya dalam meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB.

Di era digital saat ini, monitoring dan evaluasi dapat dilakukan melalui platform digital yang memungkinkan pelaku usaha kreatif untuk melaporkan perkembangan usaha mereka secara real-time. Data-data tersebut kemudian dapat digunakan oleh pemerintah untuk merumuskan kebijakan baru yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha kreatif.

Dengan strategi yang tepat dan implementasi yang konsisten, sektor ekonomi kreatif berpotensi menjadi penggerak utama perekonomian Indonesia di masa mendatang. Tidak hanya sebagai sumber pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

Kesimpulan

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis yang memiliki peran signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan berfokus pada pengembangan kreativitas, inovasi, dan hak kekayaan intelektual, sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) tetapi juga membuka peluang lapangan kerja baru dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. Pada tahun 2022, sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,8% terhadap PDB nasional, dengan subsektor kuliner, fashion, dan aplikasi digital sebagai kontributor utama.

Meskipun kontribusinya semakin meningkat, pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Akses permodalan yang terbatas, rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), kendala infrastruktur digital, serta rendahnya kesadaran terhadap pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha kreatif. Selain itu, kesenjangan akses teknologi antara daerah perkotaan dan pedesaan juga menghambat pengembangan sektor ini secara merata.

Namun, peluang pengembangan sektor ekonomi kreatif tetap terbuka lebar, terutama dengan meningkatnya adopsi teknologi digital. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha kreatif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperkenalkan produk mereka ke pasar internasional melalui platform e-commerce. Selain itu, pengembangan destinasi wisata berbasis ekonomi kreatif juga menjadi strategi yang potensial untuk menarik wisatawan dan meningkatkan pendapatan daerah.

Untuk mengoptimalkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB, diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif. Penguatan infrastruktur digital, program inkubasi dan akselerasi usaha kreatif, peningkatan kualitas SDM, perluasan akses permodalan, serta perlindungan hak kekayaan intelektual merupakan langkah-langkah strategis yang harus segera diimplementasikan. Selain itu, evaluasi berkala terhadap kebijakan yang telah diterapkan sangat penting untuk memastikan efektivitasnya dalam meningkatkan kontribusi sektor ekonomi kreatif.

Dengan strategi yang tepat dan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat, ekonomi kreatif berpotensi menjadi motor penggerak utama perekonomian Indonesia di masa depan. Tidak hanya sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru, tetapi juga sebagai instrumen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi angka pengangguran, dan memperkuat posisi Indonesia dalam perekonomian global.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, I. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Karakteristik Individu Terhadap Komitmen Kerja pada PT. Surya Windu Pertiwi (SWP) Pantai Cermin.
- Lubis, A., & Lores, L. (2006). Pengendalian Intern Penjualan dan Penerimaan Kas pada PT. Sang Hyang Seri Tanjung Morawa.
- Lores, L. (2008). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Kredit.
- Lubis, A., & Siregar, R. (2003). Sistem Pengawasan dalam Pemberian Kredit pada PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Williemi Iskandar Medan.
- Siregar, M. Y., & Prayudi, A. (2020). Pengaruh kredit Simpan Pinjam dan Jumlah Anggota Terhadap Sisa Hasil Usaha Koperasi Unit Desa Kecamatan Bagan Sinembah (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Nasution, A. M. (2014). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sogo Sun Plaza Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Hasibuan, R., & Mulia, A. (2006). Strategi Pemasaran dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Polis pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama " Bumi Putra 1912" Medan.
- Lestari, I., & Amelia, W. R. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Dimsum Citra Medan.
- Sahir, S. H. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare pada Masyarakat Generasi Z Kecamatan Pancur Batu (Studi pada Konsumen Produk Skincare Merek Ms Glow).
- Dalimunthe, M. I. (2010). Perbedaan Kinerja Bank Devisa yang Telah Dan Belum Go Public Pada Bursa Efek Indonesia.
- Lores, L., & Sari, W. P. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Mulia, A., & Syahrial, H. (2011). Pengaruh Pelayanan Dan Potongan Harga Guna Meningkatkan Minat Pembelian Pada PT. Matahari Departemen Store Medan.
- Siregar, R., & Nst, A. (2006). Pengendalian Intern Penjualan Kredit dan Penagihan Piutang pada PT. Duta Putra Sumatera Cabang Medan.
- Lestari, I., & Amelia, W. R. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Dimsum Citra Medan.
- Siregar, D. (2021). Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Berkah Mobil Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, R. (2017). Akuntansi Keuangan Lanjutan I.
- Siregar, R., & Lores, L. (2009). Pengendalian Intern Gaji dan Upah pada PT. Mopoli Raya Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Jonathan, D. A. (2019). Analisis Pengelolaan Kas dalam Upaya Menjaga Tingkat Likuiditas Usaha pada Perusahaan Bongkar Muat (PBM) PT. Tao Abadi Jaya Jakarta Periode 2011-2016 (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, M. Y. (2021). Pengaruh Quick Ratio (QR) Total Asset Turnover (TATO) dan Receivable Turnover (RTO) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Perusahaan Food & Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2-15-2019 (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, M. A. (2020). Laporan Kerja Praktek Perancangan Aplikasi Sarana dan Prasarana (Sarpras) Pada SMK Negeri 3 Medan.
- Kusmanto, H., Mardiana, S., Noer, Z., Tantawi, A. R., Pane, E., Astuti, R., ... & Junus, I. (2014). Pedoman KKNI (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia) di Universitas Medan Area.
- Mulia, A., & Effendi, I. (2009). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tumbakmas Niaga Sakti Cabang Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Mulia, A. (2011). Pengaruh Kesepakatan Kerja Bersama (KKB) Serta Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT. Sarana Agro Nusantara (SAN) Belawan-Medan.
- Utama, A. M., & Tarigan, E. D. S. (2013). Pengaruh Kepemimpinan Demokratis Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Indonesia Asahan Aluminium (INALUM) Kuala Tanjung.
- Siregar, R., & Lores, L. (2006). Analisis Break Even Point dalam Pengambilan Keputusan Laba pada PT. Rentokil Initial Indonesia Medan.
- Siregar, R., & Lores, L. (2008). Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban dalam Menilai Kinerja Manajer Pusat Laba pada PT (Persero) Amarta Karya Cabang SUMUT dan NAD Medan.
- Nainggolan, K., & Lores, L. (2011). Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Ira Building Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

- Nasution, A. M. U. (2020). Pengaruh Perilaku Pemimpin dan Kompensasi Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, M. (2017). Analisa Pembakaran Pada Ruang Bakar Boiler Untuk Kebutuhan 30 Ton/Jam Tekanan 20 Bar Dengan Bahan Bakar Cangkang dan Fiber.
- Nasution, A. M. U., & Prayudi, A. (2017). Pengaruh Pengembangan Karier, Penilaian Prestasi dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan pada Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Gatot Subroto Medan.
- Prayudi, A. (2008). Pengendalian Intern Persediaan Bahan Baku.
- Pribadi, T. (2020). Pengaruh Insentif dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Industri Karet Deli Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Marbun, P., & Wijaya, M. (2023). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasional dan Non Performing Loan Terhadap Profitabilitas Pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bei Tahun 2017-2022.
- Siregar, R., & Siregar, A. U. (2009). Analisis Biaya Volume dan Laba sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT. Jaya Tani Medan.
- Afifuddin, S. A., & Effendi, I. (2011). Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah tabungan Pada PT. Bank Mandiri cabang Kapten Muslim Medan.
- Nasution, A. M. U., & Rosalina, D. (2016). Pengaruh Komunikasi dan Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Medan.
- Abidin, Z., & Prayudi, A. (2013). Analisis Estimasi Penyusunan Anggaran Biaya Proyek pada CV Aneka Elektro Medan.
- Siregar, R., & Siregar, A. U. (2007). Pengendalian Intern Penerimaan dan Pengeluaran Kas Pada Pabrik Industri Hilir Karet PT Perkebunan Nusantara III Medan.
- Nasution, A. M. U., & Siregar, Z. (2017). Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Makyung Cafe) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Pane, A. A., & Lores, L. (2024). Pengaruh Transaksi Online E-Commerce, Modal dan Lama Usaha terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM di Jalan Soekarno Hatta Binjai).
- Marbun, P. (2010). Pengaruh Peningkatan Status Pegawai Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja pada Dinas Pertamanan Kota Medan.
- Siregar, R., & Tambunan, S. (2008). Perencanaan dan Pengawasan Persediaan pada PT. Capella Patria Utama Medan.
- Dalimunthe, M., & Sari, W. P. (2018). Pengaruh Penerapan Aplikasi Elektronik Faktur Pajak (E-Faktur, E-Billing) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Subulussalam.
- Dalimunthe, M. I., & Abidin, Z. (2016). Pengaruh Struktur Modal dan Penilaian Pasar Terhadap Perubahan Harga Saham Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Akhmad, A., & Nasution, A. (2007). Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Pada PT> Enseval Putera Mega Trading, Tbk Cabang Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, M. Y. (2012). Strategi Pemasaran" Benecol Milk" Susu Ready to Drink di Indonesia.
- Pribadi, T. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Sub Sektor Rokok di Busa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, R. (2016). Akuntansi Perpajakan.
- Lores, L. (2013). Analisis Pengaruh Sistem Pengendalian Irtcm Dalam Pcnentuan Opini Lapoom Keuangan Pemerintah Daerah Pada Badan Pemeriksa Keuangan RI Perwakilan Provinsi Sumatera Utara Medan.
- Dalimunthe, H. (2022). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Parulian, T. (2019). Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas pada PT. Indosat Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Siregar, Y., & Syahputri, Y. (2018). Pengaruh Kerjasama Tim dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Polsek Medan.
- Marbun, P., & Syahputri, Y. (2017). Pengaruh Stres Kerja dan Pemberian Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Clover Bakeshoppe Medan.
- Abidin, Z., & Prayudi, A. (2013). Analisis Biaya Produksi Sebagai Alat Pengendali pada UKM Mdn-Crispy 22.
- Effendi, I., & Amelia, W. R. (2020). Pengaruh Investment Opportunity Set dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

- Nasution, A. M. U., & Prayudi, A. (2017). Pengaruh Pengembangan Karier, Penilaian Prestasi dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan pada Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Gatot Subroto Medan.
- Lores, L., & Parullian, T. (2016). Analisis Fundamental Perusahaan Terhadap Return Saham yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Effendi, I., & Amelia, W. R. (2020). Pengaruh Investment Opportunity Set dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Siregar, R. (2009). Analisis Anggaran Sebagai Alat Pengawasan pada PT. Tirta Investama Medan.
- Parulian, T., & Nasution, I. R. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi pada PT. Wijaya Karya Beton, Tbk (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).