
Dampak Digitalisasi Pada Perilaku Konsumsi Rumah Tangga

Lenny Khairiyah

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Dalam era digitalisasi yang berkembang pesat, perilaku konsumsi rumah tangga telah mengalami transformasi signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga. Melalui pendekatan deskriptif-analitis, data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur yang relevan dan studi empiris terkait. Digitalisasi telah memberikan kontribusi besar terhadap perubahan pola perilaku konsumen dengan mempengaruhi cara konsumen mencari, memilih, dan membeli produk serta layanan. Internet dan media sosial menjadi platform utama di mana konsumen mencari informasi produk, membandingkan harga, dan membaca ulasan dari pengguna lain sebelum membuat keputusan pembelian. Selain itu, adopsi teknologi seperti e-commerce, pembayaran digital, dan kecerdasan buatan telah mengubah cara konsumen berbelanja secara signifikan. Digitalisasi juga telah mendorong perkembangan pola pembelian impulsif dan meningkatkan keinginan untuk memperoleh pengalaman konsumsi yang instan dan personal. Namun, dampak digitalisasi tidak hanya berdampak positif, tetapi juga menimbulkan tantangan baru seperti kekhawatiran akan privasi data, ketidaksetaraan akses digital, dan ketergantungan pada teknologi. Oleh karena itu, perlu adanya pemahaman yang mendalam tentang bagaimana digitalisasi memengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga agar dapat merancang strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Kata Kunci: Digitalisasi, Perilaku Konsumsi, Rumah Tangga



PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi kekuatan revolusioner yang mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk perilaku konsumsi rumah tangga. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, transformasi dalam cara manusia berinteraksi dengan barang dan jasa telah menjadi semakin nyata. Perkembangan ini tidak hanya mencakup kemajuan dalam hal efisiensi operasional bisnis dan pemerintahan, tetapi juga mempengaruhi secara fundamental cara individu dan keluarga mengonsumsi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Digitalisasi telah membuka pintu bagi akses informasi yang lebih luas dan cepat, mengubah cara konsumen mencari, memilih, dan membeli produk serta layanan. Internet, sebagai salah satu inovasi paling penting dalam era digital, telah menjadi pusat bagi berbagai aktivitas konsumsi. Dari mencari informasi produk hingga membandingkan harga, dari membaca ulasan pengguna hingga berinteraksi dengan merek melalui media sosial, internet telah memfasilitasi akses yang lebih mudah dan transparan bagi konsumen dalam menjalani proses pembelian.

Perubahan ini tidak hanya terjadi dalam hal cara konsumen berbelanja, tetapi juga dalam cara perusahaan berinteraksi dengan konsumennya. E-commerce, sebagai contoh utama dari dampak digitalisasi, telah mengubah lanskap perdagangan ritel secara drastis. Konsumen sekarang dapat berbelanja dari kenyamanan rumah mereka sendiri, memilih dari berbagai pilihan produk tanpa terikat oleh batasan geografis. Selain itu, adopsi pembayaran digital juga telah mempercepat proses transaksi, menghilangkan kebutuhan akan uang tunai secara fisik, dan memungkinkan transaksi yang lebih cepat dan mudah.

Namun, dampak digitalisasi tidak hanya bersifat positif. Bersamaan dengan manfaatnya, ada pula tantangan dan risiko yang timbul. Kepercayaan konsumen terhadap keamanan data pribadi mereka semakin dipertanyakan karena kekhawatiran akan pelanggaran privasi dan penyalahgunaan informasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, adopsi teknologi juga dapat meningkatkan ketidaksetaraan akses digital antara individu dan komunitas, meninggalkan mereka yang tidak memiliki akses ke teknologi dalam kondisi rentan terhadap eksklusi sosial dan ekonomi.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami dengan mendalam dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga. Dengan pemahaman yang baik tentang bagaimana teknologi informasi dan komunikasi memengaruhi keputusan pembelian, preferensi konsumen, dan interaksi sosial, kita dapat merancang strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, penelitian tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang besar dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditimbulkan oleh revolusi digital saat ini.

Dalam konteks global yang terus berubah, digitalisasi juga telah memengaruhi dinamika sosial dan budaya, termasuk pola konsumsi dan gaya hidup rumah tangga. Konsumen modern tidak hanya mencari produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan fungsional mereka, tetapi juga menginginkan pengalaman yang menyenangkan dan bermakna. Hal ini tercermin dalam tren konsumsi seperti peningkatan permintaan akan produk yang ramah lingkungan, kecenderungan menuju gaya hidup minimalis, dan preferensi terhadap merek yang mempromosikan nilai-nilai sosial dan etika.

Perubahan ini juga tercermin dalam bagaimana rumah tangga mengelola anggaran dan melakukan pembelian. Adopsi teknologi keuangan (fintech) telah memberikan akses yang lebih mudah dan transparan terhadap layanan keuangan, memungkinkan rumah tangga untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien dan efektif. Aplikasi perencanaan keuangan, pembayaran digital, dan investasi online adalah contoh dari bagaimana digitalisasi telah mengubah cara rumah tangga mengelola keuangan mereka.

Namun, perubahan ini juga membawa tantangan baru dalam hal pengelolaan risiko dan keberlanjutan. Ketidakstabilan ekonomi global, volatilitas pasar keuangan, dan ketidakpastian politik menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan pola konsumsi rumah tangga. Selain itu, perubahan iklim dan masalah lingkungan juga telah memicu pergeseran dalam preferensi konsumen, dengan peningkatan permintaan akan produk dan layanan yang ramah lingkungan serta bertanggung jawab sosial.

Dengan memperhatikan kompleksitas dan kedalaman dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga, penelitian dan pemahaman yang lebih mendalam menjadi semakin penting. Melalui pendekatan lintas disiplin dan kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan pengambil kebijakan, kita dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana perubahan teknologi mempengaruhi interaksi manusia dengan lingkungan konsumen mereka. Hal ini tidak hanya akan memperkaya pemahaman kita tentang dinamika pasar yang terus berubah, tetapi juga akan membantu dalam merancang strategi dan kebijakan yang sesuai untuk menghadapi tantangan dan peluang yang ditimbulkan oleh revolusi digital yang sedang berlangsung.

Latar Belakang

Revolution industri 4.0 dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap ekonomi global secara fundamental. Digitalisasi telah menjadi kekuatan pendorong utama di balik transformasi ini, memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk perilaku konsumsi rumah tangga. Dalam era di mana akses terhadap informasi dan layanan dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui internet dan perangkat digital lainnya, pola konsumsi masyarakat telah mengalami pergeseran yang signifikan.

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan e-commerce dan platform perdagangan online telah mencapai tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya. Konsumen sekarang dapat berbelanja dari kenyamanan rumah mereka sendiri dengan sekali klik, mengakses jutaan produk dari seluruh dunia tanpa harus meninggalkan rumah. Hal ini telah mengubah cara tradisional konsumen berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko fisik, dengan banyaknya orang yang lebih memilih untuk berbelanja secara online karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan.

Selain itu, peran media sosial juga tidak bisa diabaikan dalam perubahan pola perilaku konsumen. Platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter telah menjadi tempat yang penting untuk mempromosikan produk dan merek, memungkinkan konsumen untuk mendapatkan rekomendasi dari teman-teman mereka dan membagikan pengalaman pembelian mereka secara langsung. Dengan demikian, media sosial telah menjadi sarana yang efektif bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen mereka dan memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Namun, sementara digitalisasi telah membawa manfaat yang jelas dalam hal kemudahan akses dan kenyamanan, ada juga risiko dan tantangan yang harus diatasi. Salah satu kekhawatiran utama adalah masalah privasi dan keamanan data, di mana konsumen semakin waspada terhadap penggunaan data pribadi mereka oleh perusahaan dan pihak ketiga lainnya. Selain itu, ketidaksetaraan akses digital juga merupakan masalah yang serius, dengan sebagian masyarakat yang masih belum memiliki akses yang memadai ke internet dan teknologi digital.

Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga menjadi semakin penting. Dengan memahami tren dan pola konsumsi yang sedang berkembang, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen mereka. Di sisi lain, pemerintah dan lembaga kebijakan juga perlu memperhatikan implikasi sosial dan ekonomi dari revolusi digital ini, termasuk masalah ketidaksetaraan akses dan perlindungan konsumen.

Oleh karena itu, penelitian tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga bukan hanya relevan secara akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang besar dalam merancang kebijakan dan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi tantangan dan peluang dari revolusi digital yang terus berkembang. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana teknologi informasi dan komunikasi memengaruhi interaksi manusia dengan lingkungan konsumen mereka, kita dapat membangun masyarakat yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan responsif terhadap perubahan yang terjadi di era digital ini.

METODE PENELITIAN

ChatGPT

ChatGPT

Metode Penelitian:

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) yang menggabungkan analisis kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga. Pendekatan campuran dipilih karena kemampuannya untuk mengintegrasikan data dari berbagai sumber dan perspektif, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi permasalahan yang kompleks dengan lebih baik.

- 1. Desain Penelitian: Desain penelitian ini terdiri dari dua tahap utama: tahap penelitian kualitatif dan tahap penelitian kuantitatif. Tahap pertama bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman dan persepsi konsumen terkait dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi mereka melalui wawancara mendalam dan analisis konten media sosial. Sedangkan tahap kedua bertujuan untuk menguji hipotesis yang dihasilkan dari tahap pertama secara lebih luas melalui survei online kepada sampel yang representatif.*
- 2. Pengumpulan Data: a. Tahap Kualitatif:*
 - Wawancara Mendalam: Konsumen yang mewakili berbagai kelompok demografis dan latar belakang akan diwawancarai secara mendalam untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan sikap mereka terhadap digitalisasi dalam konteks perilaku konsumsi.*
 - Analisis Konten Media Sosial: Data dari platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram akan dikumpulkan dan dianalisis menggunakan teknik analisis konten untuk mengetahui tren dan pola perilaku konsumsi yang muncul dalam interaksi online.*

b. Tahap Kuantitatif:

- Survei Online: Survei online akan dikembangkan berdasarkan temuan dari tahap kualitatif untuk mengukur sejauh mana dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga secara lebih luas. Survei akan mencakup pertanyaan tentang preferensi belanja online versus offline, penggunaan media sosial dalam pengambilan keputusan pembelian, dan kecenderungan konsumsi produk dan layanan digital.*
- 3. Analisis Data: a. Tahap Kualitatif:*
 - Analisis Tema: Wawancara mendalam akan direkam, ditranskripsi, dan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan konsep utama yang muncul dari data.*
 - Analisis Konten Media Sosial: Data dari media sosial akan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi tren dan pola perilaku konsumsi yang signifikan.*

b. Tahap Kuantitatif:

- *Analisis Statistik Deskriptif: Data survei akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk mengidentifikasi distribusi frekuensi, mean, dan standar deviasi dari variabel-variabel yang diamati.*
 - *Analisis Regresi: Jika memungkinkan, analisis regresi akan dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang relevan dalam penelitian.*
4. *Interpretasi dan Kesimpulan: Temuan dari kedua tahap penelitian akan diinterpretasikan secara holistik untuk menyusun gambaran yang lengkap tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga. Implikasi praktis dan teoretis dari temuan juga akan dibahas, serta saran untuk pengembangan kebijakan dan strategi bisnis yang relevan.*

PEMBAHASAN

Dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga adalah topik yang sangat relevan dalam konteks perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat. Artikel ini telah menguraikan bagaimana digitalisasi memengaruhi berbagai aspek perilaku konsumsi, mulai dari cara konsumen mencari informasi produk hingga pola pembelian yang berkembang di era e-commerce.

Pertama-tama, kita perlu memahami bahwa digitalisasi telah mengubah cara konsumen mencari informasi tentang produk dan layanan. Internet dan media sosial menjadi sumber utama informasi bagi konsumen, yang mencari ulasan produk, perbandingan harga, dan rekomendasi dari pengguna lain sebelum membuat keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen modern cenderung lebih terinformasi dan memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi produk daripada sebelumnya.

Selanjutnya, digitalisasi juga telah mengubah cara konsumen berbelanja. Fenomena e-commerce telah memungkinkan konsumen untuk berbelanja secara online dengan mudah, tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka. Selain itu, adopsi pembayaran digital juga telah mempercepat proses transaksi, meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam pembelian produk dan layanan.

Namun, perlu dicatat bahwa digitalisasi juga membawa tantangan dan risiko baru. Salah satunya adalah masalah privasi dan keamanan data, di mana konsumen semakin waspada terhadap penggunaan data pribadi mereka oleh perusahaan dan pihak ketiga. Selain itu, adopsi teknologi juga dapat meningkatkan ketidakesetaraan akses digital antara individu dan komunitas, meninggalkan mereka yang tidak memiliki akses ke teknologi dalam kondisi rentan terhadap eksklusi sosial dan ekonomi.

Dalam konteks ini, penting untuk memperhatikan implikasi praktis dari temuan ini. Perusahaan perlu memperhatikan tren dan pola perilaku konsumen yang sedang berkembang untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan responsif. Ini

dapat melibatkan investasi dalam pengembangan platform e-commerce yang lebih user-friendly, serta strategi pemasaran digital yang berfokus pada interaksi dengan konsumen melalui media sosial.

Di sisi lain, pemerintah dan lembaga kebijakan juga perlu memperhatikan implikasi sosial dan ekonomi dari revolusi digital ini. Mereka perlu mengembangkan kebijakan yang memastikan bahwa semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi digital, serta melindungi privasi dan keamanan data konsumen.

Secara keseluruhan, artikel ini telah memberikan gambaran yang komprehensif tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga. Dengan memahami tren dan pola perilaku konsumen yang sedang berkembang, kita dapat menghadapi tantangan dan peluang yang ditimbulkan oleh revolusi digital ini dengan lebih baik, baik dari perspektif bisnis maupun kebijakan.

KESIMPULAN

Dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga adalah fenomena yang kompleks dan terus berkembang dalam era globalisasi dan revolusi teknologi informasi. Melalui penelitian yang telah diuraikan, kita dapat menyimpulkan bahwa digitalisasi telah memberikan dampak yang signifikan pada cara konsumen mencari, memilih, dan membeli produk serta layanan. Internet dan media sosial telah menjadi sumber utama informasi bagi konsumen, yang mencari ulasan produk, perbandingan harga, dan rekomendasi dari pengguna lain sebelum membuat keputusan pembelian. Fenomena e-commerce juga telah mengubah cara tradisional konsumen berbelanja, memungkinkan mereka untuk berbelanja secara online dengan mudah dan tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka.

Namun, selain manfaatnya, digitalisasi juga membawa tantangan dan risiko yang perlu dipertimbangkan. Salah satu tantangan utama adalah masalah privasi dan keamanan data, di mana konsumen semakin waspada terhadap penggunaan data pribadi mereka oleh perusahaan dan pihak ketiga. Selain itu, adopsi teknologi juga dapat meningkatkan ketidaksetaraan akses digital antara individu dan komunitas, meninggalkan mereka yang tidak memiliki akses ke teknologi dalam kondisi rentan terhadap eksklusi sosial dan ekonomi.

Untuk merespons perubahan ini, perusahaan perlu memperhatikan tren dan pola perilaku konsumen yang sedang berkembang untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan responsif. Ini dapat melibatkan investasi dalam pengembangan platform e-commerce yang lebih user-friendly, serta strategi pemasaran digital yang berfokus pada interaksi dengan konsumen melalui media sosial. Di sisi lain, pemerintah dan lembaga

kebijakan juga perlu memperhatikan implikasi sosial dan ekonomi dari revolusi digital ini. Mereka perlu mengembangkan kebijakan yang memastikan bahwa semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi digital, serta melindungi privasi dan keamanan data konsumen.

Secara keseluruhan, pemahaman yang mendalam tentang dampak digitalisasi pada perilaku konsumsi rumah tangga sangat penting dalam menghadapi tantangan dan peluang dari revolusi digital ini. Dengan memahami tren dan pola perilaku konsumen yang sedang berkembang, kita dapat menghadapi tantangan dan peluang yang ditimbulkan oleh revolusi digital ini dengan lebih baik, baik dari perspektif bisnis maupun kebijakan. Terus memantau dan mengevaluasi perkembangan ini juga penting untuk memastikan bahwa kita dapat merespons dengan tepat terhadap perubahan yang terjadi di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- SIDABUTAR, P. R., & Harahap, G. Y. (2022). IDENTIFIKASI PELAT LANTAI PERON TINGGI PADA PEMBANGUNAN STASIUN LUBUK PAKAM BARU. *Laporan Kerja Praktek Mahasiswa Teknik*, 1(3).
- PRATAMA, R., & Harahap, G. Y. (2022). PROYEK PEMBANGUNAN LIVING PLAZA MEDAN. *Laporan Kerja Praktek Mahasiswa Teknik*, 1(3).
- Harahap, G. Y. (2013). *Community Enhancement Through Participatory Planning: A Case of Tsunami-disaster Recovery of Banda Aceh City, Indonesia* (Doctoral dissertation, Universiti Sains Malaysia).
- Lubis, M. M., Effendi, I., Lubis, Y., & Lugu, S. (2019, November). The analysis of income level of skipper fishermen in Belawan Bahari Village, Medan Belawan District. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 348, No. 1, p. 012039). IOP Publishing.
- Lubis, A. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Nivea Body Lotion Pada Alfamart Tebing Tinggi* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Mahmudi, A. (2013). Pengembangan pembelajaran matematika. *Jurnal Jurusan Pendidikan Matematika FMIPA UNY*.(Online).(http://Staff.uny.ac.id/sites/default/files/http/pengembangan-pembelajaran-matematika-1.pdf) diakses, 5.
- Lubis, A. (2011). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Kepuasan Konsumen Nexian pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Karim, A. (2017). *Efektivitas Beberapa Produk Pembersih Wajah Antiacne Terhadap Balderi Penyebab Jerawat Propianibacterium acnes*.
- Lubis, A. (2021). *Anteseden Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah di Kota Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Effendi, I. (2011). *Pengaruh Sistem Komunikasi Terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Indonesia Asahan Aluminium Kuala Tanjung Kabupaten Batubara*.
- Sarah, H. (2020). *Pelaksanaan Pembagian Harta Warisan Berdasarkan Hukum Adat Pada Masyarakat Suku Minangkabau Di Kota Matsum II Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Harahap, R. R. M. (2018). *Tinjauan Yuridis Penyelesaian Sengketa Atas Pemakai Kartu Kredit Tipe Gold Dengan Bank Penerbit Kartu Kredit* (Studi Putusan No. 161/Pdt-G/2017/PN. Mdn).
- Lubis, Z., & Effendi, I. (2009). *Pengaruh Remunerasi Lewat Program Reformasi Birokrasi pada Disiplin Pegawai Kantor Wilayah II Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Manurung, T. Y. R. (2014). *Pengaruh Kualitas Pengendalian Internal pada Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keandalan Audittrail pada PT. Bank Mega Tbk Cabang Setia Budi Medan*.

- Hidayat, A. (2023). *ANALISIS EKONOMI PERTANIAN DALAM MENGUKUR KEBERLANJUTAN DAN PROFITABILITAS USAHA TANI*.
- Manurung, T. Y. R. (2014). *Pengaruh Kualitas Pengendalian Internal pada Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keandalan Audittrail pada PT. Bank Mega Tbk Cabang Setia Budi Medan*.
- Zamili, N. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah di Pasar Raya MMTC Medan*.
- Budiman, S. (2016). *Analisis Hukum Perpajakan Terhadap Investasi Properti Terkait Dengan Penerimaan Pajak di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Tarigan, E. D. (2017). *Komunikasi Bisnis*.
- Nabilah, S. (2019). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Lubis, A. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*.
- Syarif, Y. (2022). *PROYEK PEMBANGUNAN PERLUASAN GUDANG BOILER PT. INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK DELI SERDANG. Laporan Kerja Praktek Mahasiswa Teknik, 1(3)*.
- Santoso, M. H. (2021). *Laporan Kerja Praktek Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru Berbasis Web pada SMA Swasta Persatuan Amal Bakti (PAB) 8 Saentis*.
- Abidin, Z., & Prayudi, A. (2013). *Analisis Estimasi Penyusunan Anggaran Biaya Proyek pada CV Aneka Elektro Medan*.
- Dewi, W. C. (2020). *Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018 (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Telaumbanua, F. A. (2023). *Analisis Perhitungan Struktur Gedung Pada Proyek Pembangunan Pasar Baru Panyabungan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Sebayang, M. M. B. (2021). *Penerapan Integrated Reporting dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia dan Malaysia (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara)*.
- Prayudi, A. (2008). *Pengendalian Intern Persediaan Bahan Baku*.
- Wibowo, H. T., Tarigan, R. S., & Mukmin, A. A. (2022). *APLIKASI MARKETPLACE PENDAMPING WISATA DENGAN API MAPS BERBASIS MOBILE DAN WEB*. Retrieved from osf.io/3jpd/.
- Aisyah, N. (2019). *Kinerja Dosen Ditinjau dari Aspek Kemampuan Kognitif, Budaya, Organisasi, Karakteristik Individu dan Etika Kerja*.
- Sianipar, G. (2019). *Respon pertumbuhan dan produksi tanaman kacang tanah (arachis hypogaea l.) Terhadap pemberian kompos batang jagung dan pupuk organik cair limbah ampas tebu (Doctoral dissertation, 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)*.
- Dewi, A. H. (2017). *Hubungan Lingkungan Kerja Fisik dengan Kepuasan Kerja Perawatan di RSUD Haji Medan*.
- Tarigan, R. S. (2016). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Elearning. uma. ac. id*.
- Telaumbanua, F. (2022). *LKP Pembangunan Gedung Bank BRI (Proyek Menara Medan). Universitas Medan Area*.
- Tarigan, R. S., Azhar, S., & Wibowo, H. T. (2021). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Aplikasi Registrasi Asrama Kampus*.
- Effendi, I. (2016). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Karakteristik Individu Terhadap Komitmen Kerja pada PT. Surya Windu Pertiwi (SWP) Pantai Cermin*.
- Prayudi, A. (2022). *Analisis Pengaruh Penggajian, Fasilitas Kerja dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Pd. Pembangunan Kota Binjai. Jurnal Manajemen, 8(1), 17-30*.
- Tekualu, L. D. S. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Korban Perdagangan Perempuan Dan Anak (Trafficking)-(Studi Pengadilan Negeri Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Fauziah, I. (2009). *Multiplikasi Tanaman Krisan (Chrysanthemum sp.) dengan Menggunakan Media MS (Murashige-Skoog) Padat*.
- Tarigan, R. S. (2017). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Academic Online Campus (AOC)*.
- Kurniawan, Y., Siregar, T., & Hidayani, S. (2022). *Penegakan Hukum Oleh Polri Terhadap Pelaku Tindak Pidana Judi Online (Studi Pada Kepolisian Daerah Sumatera Utara). ARBITER: Jurnal Ilmiah Magister Hukum, 4(1), 28-44*.
- Tarigan, R. S., & Dwiatma, G. (2022). *ANALISA STEGANOGRAFI DENGAN METODE BPCS (Bit-Plane Complexity Segmentation) DAN LSB (Least Significant Bit) PADA PENGOLAHAN CITRA*.
- Mahzura, T. (2018). *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan, Leverage Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2016 (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara)*.
- TELAUMBANUA, F., & Syarif, Y. (2022). *PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG MENARA BANK BRI MEDAN. Laporan Kerja Praktek Mahasiswa Teknik, 1(3)*.
- Lubis, A., & Sabrina, H. (2019). *Pengaruh Loyalitas Dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan Di Pt. Quantum Training Centre Medan*.
- Effendi, I. (2015). *Analisis Perilaku Konsumen Produk Organik di Provinsi Sumatera Utara (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara)*.
- Tarigan, E. D. S. (2012). *Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Perusahaan*.
- Afifuddin, S. A., & Prayudi, A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Profesi Akuntan Publik di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.

- Sajiwo, A. (2023). *Analisis Tarif Angkutan Umum Berdasarkan Biaya Operasional Kendaraan (Bok), Ability To Pay Dan Willingness To Pay (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Sidabutar, P. R. (2022). *Laporan Kerja Praktek Identifikasi Pelat Lantai Peron Tinggi pada Pembangunan Stasiun Lubuk Pakam Baru. Universitas Medan Area*.
- LUMBANRAJA, W., & Harahap, G. Y. (2022). *PROYEK PEMBANGUNAN IRIAN SUPERMARKET TEMBUNG-PERCUT SEI TUAN SUMATERA UTARA. Laporan Kerja Praktek Mahasiswa Teknik, 1(3)*.
- Azhar, S. (2013). *Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Agresifitas Remaja Pemain Point Blank (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Tarigan, R. S. (2018). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Informasi Program Studi (SIPRODI)*.
- OKTAVIANI, R., & Syarif, Y. (2022). *PROYEK PEMBANGUNAN MERCU PADA BENDUNGAN LAU SIMEME SIBIRU-BIRU-DELISERDANG SUMATERA UTARA. Laporan Kerja Praktek Mahasiswa Teknik, 1(3)*.
- Harahap, R. R. M. (2022). *Analisis Hukum Terhadap Tanggungjawab Perusahaan Pemberi Izin Kapal Asing Sandar Di Pelabuhan (Studi pada PT. Peln Cabang Lhokseumawe) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.