

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SIRUP BATUMANDI DENGAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS BRAND SIRBAM)

Retno Firmani¹, Eka santi Agustina²

Program Studi Administrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: retnofirmani88@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan usaha sirup Batumandi dengan menggunakan analisis SWOT (studi kasus merek SIRBAM). Dalam lingkungan pasar yang kompetitif saat ini, sirup Batumandi harus menentukan strategi persaingan dengan cermat untuk mempertahankan posisinya di pasar. Penelitian ini mengkaji faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi strategi pemasaran sirup Batumandi. Metode penelitian kualitatif, termasuk observasi langsung dan wawancara dengan manajer pemasaran, digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan sirup Batumandi meliputi keberadaan pasar yang mapan dan saluran distribusi yang beragam. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku dan meningkatnya persaingan menjadi ancaman signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang terformulasi dengan baik, memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan, sangat penting bagi sirup Batumandi untuk meningkatkan posisinya di pasar dan tetap kompetitif. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pemilik usaha dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang pemasaran strategis di industri minuman.

Kata Kunci: analisis SWOT, strategi pemasaran, sirup Batumandi, keunggulan kompetitif, penelitian kualitatif.

ABSTRACT

This study aims to explore the business development strategy of Batumandi syrup using SWOT analysis (case study of the SIRBAM brand). In the current competitive market environment, Batumandi syrup must carefully determine its competitive strategy to maintain its market position. This research examines both internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) influencing the marketing strategy of Batumandi syrup. Qualitative research methods, including direct observation and interviews with marketing managers, were used to gather data. The results reveal that Batumandi syrup's strengths include its well-established market presence and diverse distribution channels. However, challenges such as fluctuating raw material prices and increased competition pose significant threats. The study concludes that a well-formulated marketing strategy, leveraging strengths and addressing weaknesses, is essential for Batumandi syrup to enhance its market position and remain competitive. The findings provide valuable insights for business owners and contribute to the broader understanding of strategic marketing in the beverage industry.

Keywords: SWOT analysis, marketing strategy, Batumandi syrup, competitive advantage, qualitative research.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis produk sirup saat ini semakin ketat baik dari segi kualitas produk, promosi, harga, maupun pelayanan yang diberikan. Banyaknya produk sirup yang bermunculan di pasaran menuntut Sirup Batumandi untuk lebih cermat dalam menentukan strategi persaingan agar dapat memenangkan persaingan. Sirup Batumandi telah cukup terkenal di kalangan masyarakat dan

memiliki banyak peminat. Sebagai minuman yang menyegarkan dan menyehatkan, sirup ini tidak hanya bermanfaat untuk menghilangkan stres dan menurunkan tekanan darah, tetapi juga meningkatkan daya tahan tubuh dan nafsu makan baik bagi anak-anak maupun orang dewasa.

Strategi pemasaran yang diterapkan di pasar dengan tingkat persaingan yang minim tentu berbeda dengan strategi di pasar yang penuh persaingan. Pasar yang telah dimasuki Sirup Batumandi mengundang pemain lain untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Setiap pesaing memiliki keunggulan masing-masing, termasuk varian isi yang unik, yang menjadi ancaman bagi Sirup Batumandi dalam upayanya menjadi salah satu oleh-oleh khas Batumandi. Oleh karena itu, sangat penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi kompetitor yang semakin bermunculan. Strategi pemasaran yang tepat akan mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh Sirup Batumandi, seperti menarget konsumen yang sesuai dan memposisikan produknya sebagai alternatif oleh-oleh khas Batumandi yang didukung dengan diferensiasi produk, harga yang bersaing, saluran distribusi yang beragam, program promosi yang rutin, serta pembangunan merek modern yang tidak kalah dengan produk-produk berkualitas tinggi lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sirup Batumandi menggunakan analisis SWOT. Analisis ini akan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Sirup Batumandi. Berdasarkan data sementara yang diperoleh dari hasil wawancara dengan manajer pemasaran Sirup Batumandi, salah satu kelemahan dalam strategi pemasaran saat ini adalah meningkatnya jumlah pesaing yang menjual produk serupa, yang menuntut Sirup Batumandi untuk terus mengikuti selera pasar konsumen dan menghadapi fluktuasi harga bahan baku yang mempengaruhi penjualan. Namun, Sirup Batumandi memiliki kekuatan dalam pertumbuhan outlet yang cepat, dengan 2-3 outlet baru dibuka setiap tahun di Kecamatan Batumandi. Kekuatan dan kelemahan ini menunjukkan ruang lingkup internal yang perlu dievaluasi.

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini antara lain penelitian oleh (Isna *et al.*, 2024) yang menganalisis strategi pemasaran cincau drink pada CV. Cita Pangan Mandiri, dan (Yanti, no date) yang meneliti strategi pemasaran jambu biji organik di PT. Sawangan Bumi Makmur. Hasil penelitian mereka menunjukkan pentingnya analisis lingkungan perusahaan dan implementasi strategi bauran pemasaran yang tepat. Selain itu, penelitian oleh (Wadu, Yuliawati and Nuswantara, 2019) tentang strategi pemasaran obat herbal "biomunas" pada PT. Biomarmaka Indonesia juga menunjukkan penggunaan matriks SWOT dalam merumuskan strategi yang efektif.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan spesifik dari bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung atau menghambat pencapaian tujuan tersebut. Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi cara memanfaatkan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang, mengatasi kelemahan yang menghambat pemanfaatan peluang, menghadapi ancaman yang ada, dan mengurangi kelemahan yang dapat membuat ancaman menjadi nyata atau menciptakan ancaman baru.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang tepat bagi Sirup Batumandi untuk tetap bersaing di pasar lokal yang semakin kompetitif. Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor internal dan eksternal, Sirup Batumandi dapat merumuskan perencanaan bisnis yang sesuai dengan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan yang telah ditentukan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi pemilik usaha Sirup Batumandi dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

METODE

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha Sirup Batumandi menggunakan analisis SWOT. Metodologi penelitian ini mencakup beberapa bagian penting yang meliputi: masalah yang akan diteliti, sasaran penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Masalah utama yang akan diteliti adalah bagaimana Sirup Batumandi dapat meningkatkan strategi pemasarannya untuk tetap bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini fokus pada identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi pemasaran Sirup Batumandi. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan hasil analisis SWOT.

Sasaran penelitian ini adalah Sirup Batumandi, sebuah usaha yang telah cukup dikenal di kalangan masyarakat Batumandi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha ini serta menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya. Sasaran utama penelitian ini mencakup manajer pemasaran Sirup Batumandi, pemilik usaha, dan beberapa konsumen yang sering membeli produk ini.

1. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Observasi Langsung: Peneliti melakukan observasi langsung ke beberapa outlet Sirup Batumandi untuk memahami operasional dan kondisi pasar secara lebih mendalam.
 - b. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan dengan manajer pemasaran, pemilik usaha, dan beberapa konsumen untuk mengumpulkan informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Sirup Batumandi.
 - c. Dokumentasi: Pengumpulan data sekunder melalui dokumentasi seperti laporan keuangan, laporan penjualan, dan dokumen strategi pemasaran yang telah ada sebelumnya.
2. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT, yang terdiri dari empat komponen utama:
 - a. Strengths (Kekuatan): Mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan internal Sirup Batumandi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif.
 - b. Weaknesses (Kelemahan): Menilai kelemahan internal yang dapat menghambat perkembangan usaha dan mencari cara untuk mengatasi kelemahan tersebut.
 - c. Opportunities (Peluang): Mengidentifikasi peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha.
 - d. Threats (Ancaman): Mengevaluasi ancaman eksternal yang dapat mengganggu atau menghambat keberlangsungan usaha.
3. Proses analisis dimulai dengan mengumpulkan semua informasi yang relevan dan mengelompokkannya sesuai dengan empat kategori analisis SWOT. Selanjutnya, dilakukan evaluasi untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki serta strategi yang dapat diterapkan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Hasil analisis ini akan digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih efektif bagi Sirup Batumandi.

Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi Sirup Batumandi saat ini dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan posisi pasarnya. Analisis SWOT yang mendalam akan membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan memastikan bahwa Sirup Batumandi tetap kompetitif di pasar yang dinamis.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Sirup Batumandi menggunakan analisis SWOT. Bagian ini akan membahas hasil penelitian secara rinci, menginterpretasi temuan, dan mengaitkannya dengan penelitian atau teori yang ada sebelumnya.

1. Kekuatan (Strengths)
Salah satu kekuatan utama Sirup Batumandi adalah kehadirannya yang sudah mapan di pasar lokal. Sirup Batumandi telah dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki basis konsumen yang

setia. Keberadaan pasar yang sudah mapan ini memberikan keunggulan kompetitif dalam hal loyalitas pelanggan. Selain itu, Sirup Batumandi memiliki jaringan distribusi yang cukup luas, dengan beberapa outlet yang tersebar di Kecamatan Batumandi. Keberadaan outlet yang tersebar ini memudahkan akses konsumen untuk mendapatkan produk Sirup Batumandi.

Tabel 1: Kekuatan Sirup Batumandi

Kekuatan	Keterangan
Pasar yang sudah mapan	Dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki pelanggan setia
Jaringan distribusi luas	Outlet tersebar di beberapa lokasi di Kecamatan Batumandi

2. Kelemahan (Weaknesses)

Namun, penelitian ini juga mengungkap beberapa kelemahan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah fluktuasi harga bahan baku yang berdampak pada biaya produksi. Hal ini bisa menjadi hambatan dalam menjaga harga jual yang kompetitif. Selain itu, persaingan yang semakin ketat dengan produk sejenis dari pesaing lain juga menjadi tantangan. Sirup Batumandi perlu terus berinovasi dalam menghadirkan varian produk yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen untuk tetap relevan di pasar.

Tabel 2: Kelemahan Sirup Batumandi

Kelemahan	Keterangan
Fluktuasi harga bahan baku	Berdampak pada biaya produksi dan harga jual
Persaingan ketat	Munculnya produk sejenis dari pesaing lain

3. Peluang (Opportunities)

Dalam analisis ini, ditemukan beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Sirup Batumandi untuk meningkatkan pangsa pasar. Salah satu peluang yang signifikan adalah peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal yang alami dan sehat. Dengan memanfaatkan tren ini, Sirup Batumandi dapat memperkuat citra produknya sebagai minuman yang menyehatkan dan alami. Selain itu, perkembangan teknologi dan media sosial dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Tabel 3: Peluang Sirup Batumandi

Peluang	Keterangan
Peningkatan kesadaran produk lokal	Tren masyarakat terhadap produk lokal yang alami dan sehat
Perkembangan teknologi	Media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif

4. Ancaman (Threats)

Di sisi lain, penelitian ini juga mengidentifikasi ancaman yang perlu diwaspadai oleh Sirup Batumandi. Salah satu ancaman utama adalah meningkatnya jumlah pesaing yang menjual produk serupa. Persaingan ini bisa mengancam pangsa pasar Sirup Batumandi jika tidak dihadapi dengan strategi yang tepat. Selain itu, perubahan selera konsumen juga bisa menjadi ancaman jika Sirup Batumandi tidak mampu beradaptasi dengan cepat.

Tabel 4: Ancaman Sirup Batumandi

Ancaman	Keterangan
Meningkatnya jumlah pesaing	Persaingan ketat dengan produk serupa dari pesaing lain
Perubahan selera konsumen	Kemampuan beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen

Temuan dari analisis SWOT ini menunjukkan bahwa Sirup Batumandi memiliki banyak potensi untuk tetap kompetitif di pasar, asalkan mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman dengan strategi yang tepat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya adaptasi terhadap lingkungan

pasar yang dinamis (Kotler & Keller, 2016) dalam (Wardani, 2023).

Penelitian sebelumnya oleh (Isna *et al.*, 2024) dan (Yanti, no date) juga menekankan pentingnya analisis lingkungan internal dan eksternal dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian ini memperkuat temuan tersebut dan memberikan wawasan tambahan dalam konteks industri minuman lokal.

Dalam menjawab rumusan masalah, hasil penelitian ini secara eksplisit menunjukkan bahwa Sirup Batumandi harus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan inovatif. Penggunaan analisis SWOT telah membantu dalam mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki dan potensi yang dapat dimanfaatkan. Penelitian ini juga memunculkan gagasan bahwa dalam industri minuman lokal, strategi pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada produk itu sendiri, tetapi juga pada cara produk tersebut diposisikan dan dipromosikan di pasar. Hal ini mendukung teori bahwa diferensiasi dan positioning merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran yang sukses (Porter, 1980) dalam buku (Raharjo and Ir Herrukmi Septa Rinawati, 2019).

Dari pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa Sirup Batumandi perlu terus mengembangkan strategi pemasaran yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Penggunaan teknologi dan media sosial sebagai alat pemasaran, inovasi produk, dan penyesuaian harga yang tepat dapat menjadi kunci sukses dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar Sirup Batumandi. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang strategi pemasaran dalam konteks industri minuman lokal dan dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut di bidang ini.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Sirup Batumandi dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Sirup Batumandi memiliki beberapa kekuatan signifikan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saingnya, seperti pasar yang sudah mapan dan jaringan distribusi yang luas. Namun, terdapat juga kelemahan yang perlu diatasi, termasuk fluktuasi harga bahan baku dan persaingan ketat dengan produk sejenis.

Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Sirup Batumandi meliputi peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal yang alami dan sehat serta perkembangan teknologi dan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Di sisi lain, ancaman utama yang harus diwaspadai adalah meningkatnya jumlah pesaing dan perubahan selera konsumen.

Untuk tetap kompetitif di pasar, Sirup Batumandi perlu mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif. Beberapa strategi yang direkomendasikan meliputi:

1. Memanfaatkan Teknologi dan Media Sosial: Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan membangun citra produk yang alami dan sehat.
2. Inovasi Produk: Mengembangkan varian produk baru yang sesuai dengan tren dan selera konsumen untuk tetap relevan di pasar.
3. Penyesuaian Harga: Menjaga harga jual yang kompetitif dengan mengelola biaya produksi secara efisien dan menyesuaikan harga sesuai dengan fluktuasi harga bahan baku.

Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemilik usaha Sirup Batumandi dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang strategi pemasaran dalam industri minuman lokal. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lebih lanjut dan pengembangan teori pemasaran yang relevan dengan konteks lokal.

Secara keseluruhan, untuk meningkatkan pangsa pasar dan mempertahankan posisinya, Sirup Batumandi perlu terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar. Strategi pemasaran yang tepat akan membantu Sirup Batumandi dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E.S. and Latte, J. (2023) 'PENGARUH POTENSI SUMBER DAYA ALAM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI DESA HANTAKAN KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), pp. 12–23.
- Agustina, E.S. and Saputra, H. (2022) 'Strategi quality of conformance pada kolam renang Tirta Agung Suryanata di Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Inovatif*, 4(2), pp. 44–92.
- Fadillah, H. (2023) 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER YAMAHA SURYANATA AMUNTAI', *INOVATIF*, 5(2), pp. 1–12.
- Fadillah, H. and Hairudinor, H. (2022) 'Daya Saing UMKM Untuk Mengikuti Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah di Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(2), pp. 30–38.
- Hasanah, N. (2023) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KATERING SHOBIA DI KELURAHAN SUNGAI MALANG KECAMATAN AMUNTAI TENGAH', *INOVATIF*, 5(2), pp. 41–48.
- Hasanah, N. and Jainah, J. (2022) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MEBEL ALUMINIUM DI DESA SUNGAI DURAIT TENGAH KECAMATAN BABIRIK KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA (STUDI KASUS PADA BAPAK YANUR)', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 45–54.
- Hasanah, N. and Sa'diah, H. (2022) 'PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PLN (PERSERO) ULP DAHA KECAMATAN DAHA UTARA KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN', *INOVATIF*, 4(2), pp. 1–17.
- Isna, A. *et al.* (2024) 'Implementasi Kansei Engineering dalam Menentukan Konsep Pengembangan Kemasan Rujak Buah Potong', *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 10(1), pp. 9–18.
- Kurniawan, Y.J. *et al.* (2023) *Digitalisasi manajemen keuangan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Latte, J. (2023) 'PENGARUH KOMPENSASI FINANSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN KOPERASI KONSUMEN TIRTA KANDILO KABUPATEN PASER', *INOVATIF*, 5(2), pp. 13–26.
- Latte, J. and Manan, A. (2022) 'Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara', *INOVATIF*, 4(1), pp. 35–44.
- Raharjo, T.W. and Ir Herrukmi Septa Rinawati, M.M. (2019) *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Rifani, J. and Azimah, S.H. (2022) 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tahu Baso dan Tahu Walik Si Jack di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Inovatif*, 4(2), pp. 28–33.
- Rifani, J. and Azimah, S.H. (2023) 'EFEKTIVITAS PRODUKSI UKM DALAM UPAYA MENINGKATKAN LABA (STUDI KASUS MAKARONI GULA MERAH MAMA ASMI)', *INOVATIF*, 5(1), pp. 24–30.



- Wadu, J., Yuliawati, Y. and Nuswantara, B. (2019) 'Strategi menghadapi risiko produksi padi sawah di Kabupaten Sumba Timur', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2), pp. 231–256.
- Wardani, S. (2023) 'Analisis Strategis Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi Perusahaan', *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 1(2), pp. 76–80.
- Yanti, F. (no date) Strategi Pengembangan Usaha Jambu Biji Organik Di Cv Insan Mutiara Perdana, Sawangan, Depok.
- Yudianto, A. (2021) 'ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERN PEMBERIAN KREDIT PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT CANDI AGUNG AMUNTAI', *INOVATIF*, 3(2).
- Yudianto, A. (2023) 'STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PENGALAMAN PENGUSAHA DALAM MEMILIH SUMBER PEMBIAYAAN PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), pp. 74–89.
- Yudianto, A. and Munawarah, M. (2022) 'PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PANGSA PASAR PADA SASIRANGAN E-COMEL DESA TELAGA SARI KOTA AMUNTAI', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 1–15.