



ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA BUN'S YOGHURT

Depi Febriyan^{1*}, Gunawan²

¹⁻² Universitas Teknologi Digital, Indonesia

depi11211341@digitechuniversity.ac.id¹, gunawan@digitechuniversity.ac.id²

Alamat: Jl. Cibogo Indah III Bodogol, Rt.08/03 Kel. Mekarsari Kec. Rancasari, Bandung, Jawa Barat 40613

Korespondensi penulis: depi11211341@digitechuniversity.ac.id

Abstract. *The study was conducted with the aim of finding out the right strategies for efficient business development in order to increase sales at Bun's Yoghurt located in West Bandung Regency. This study was conducted through a more in-depth business analysis of the Bun's Yoghurt business. The business analysis was conducted by analyzing the market, evaluating the business model and analyzing finances. Based on the results of the study conducted on a private business, it was concluded that Bun's Yoghurt has significant market potential, especially for consumers who care about health. However, to achieve product market fit, Bun's Yoghurt needs to develop the business from several aspects, namely business development from the aspect of human resources, sales and distribution aspects, product aspects and financial aspects. This was done to increase sales at Bun's Yoghurt.*

Keywords: *Business analysis, Business development, Product market fit, Sales*

Abstrak. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi strategi yang tepat untuk pengembangan usaha secara efisien agar dapat meningkatkan penjualan pada Bun's Yoghurt yang berlokasi di Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini dilaksanakan melalui analisa bisnis lebih mendalam pada usaha Bun's Yoghurt. Analisa bisnis tersebut dilakukan dengan cara menganalisa pasar, evaluasi model bisnis dan menganalisa keuangan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha pribadi diambil kesimpulan bahwa Bun's Yoghurt memiliki potensi pasar yang signifikan terutama bagi kalangan konsumen yang peduli akan kesehatan. Namun untuk mencapai product market fit Bun's Yoghurt perlu melakukan pengembangan usaha dari beberapa aspek yaitu pengembangan usaha dari aspek sumber daya manusia, aspek penjualan dan distribusi, aspek produk dan aspek keuangan. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Bun's Yoghurt.

Kata kunci: Pengembangan Usaha, Analisa Bisnis, Product Market Fit, Sumber Daya Manusia, Penjualan

1. LATAR BELAKANG

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor terpenting dan paling dinamis dalam perekonomian global, dengan pertumbuhan yang didorong oleh perubahan pola konsumsi masyarakat. Termasuk di Indonesia bisnis makanan dan minuman ini telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak faktor yang menyebabkan bisnis makanan dan minuman ini terus berkembang, terkhusus dalam bidang minuman. Faktor tersebut antara lain disebabkan karena tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan pola hidup yang baik semakin meningkat. Saat ini minuman bukan hanya sekedar kebutuhan pokok, namun sudah menjadi bagian dari kehidupan modern.

Selain banyaknya konsumen yang menginginkan produk yang tidak hanya enak untuk dinikmati namun juga menginginkan produk yang memiliki manfaat bagi kesehatan tubuhnya, perubahan gaya hidup masyarakat juga menjadi faktor berkembangnya bisnis minuman faktor masyarakat yang kian sibuk dan memprioritaskan kepraktisan turut berperan penting dalam memengaruhi perkembangan industri minuman ini

Saat ini minuman berbasis kesehatan yang sangat populer di kalangan konsumen. Salah satunya yaitu yoghurt, telah menjadi pilihan para konsumen. Yoghurt ini merupakan produk olahan susu yang telah di fermentasi. Yoghurt ini juga memiliki kandungan nutrisi seperti vitamin, mineral, karbohidrat serta probiotik. Dari penjelasan tersebut yoghurt dipastikan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, sehingga membuat banyak diminati oleh banyak orang. Maka potensi pasar yang dimiliki pun sangat menjanjikan.

Tingginya permintaan akan minuman yoghurt turut diimbangi dengan banyaknya pengusaha yang tertarik bergerak di bidang minuman tersebut, membuat persaingan bisnis minuman semakin ketat, sehingga perusahaan harus melakukan analisis lebih mendalam untuk upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha yang tentunya akan berdampak positif akan peningkatan penjualan. Hal tersebut mendorong pengusaha untuk berkreasi dan mengembangkan produk yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan agar usaha yang dijalankan terus berkembang.

Menurut Khan et al., (2021) Pengembangan usaha melibatkan berbagai aktivitas yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Hal ini termasuk mengembangkan produk baru, peningkatan proses serta eksplorasi pasar baru. Lebih lanjut, pentingnya kolaborasi dan kemitraan strategis juga ditekankan sebagai kunci untuk mencapai tujuan dalam pengembangan bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis sangat penting dilakukan bagi semua pengusaha. Namun pengembangan bisnis ini memerlukan pemahaman yang baik dalam berbagai aspek analisis pengelolaan perusahaan. Lebih khusus lagi, inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat menjadi pilar utama dalam meningkatkan penjualan. Para pelaku usaha dituntut untuk selalu berinovasi dengan menawarkan varian rasa yang menarik serta produk yang bisa membedakan produk kita dengan produk pesaing.

Dalam analisis ini, kita akan membahas lebih lanjut mengenai strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh Bun's Yoghurt, serta langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk meningkatkan penjualan. Dengan pendekatan dan analisis yang tepat. Analisis ini mencakup beberapa aspek sumber daya manusia, aspek penjualan dan distrusi.

Dengan memperhatikan permasalahan diatas secara keseluruhan penelitian ini diharapkan bahwa analisis pengembangan ini dapat memberikan rekomendasi komprehensif guna meningkatkan penjualan pada Bun's Yoghurt dengan memahami aspek produk, aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah suatu proses yang dilakukan sebuah perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja dan nilai melalui berbagai analisa atau strategi bisnis. Pengembangan bisnis ini mencakup beberapa aspek penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Adapun pengertian keberhasilan usaha menurut para ahli sebagai berikut:

Meyer et al. (2022) Pengembangan usaha dapat dipahami sebagai sebuah proses berkelanjutan yang mencakup inovasi, pengembangan hubungan dengan pelanggan, serta penyesuaian strategi untuk menanggapi perubahan kebutuhan pasar. Penekanan juga diberikan analisis data dan teknologi dalam mendukung upaya pengembangan usaha yang efektif. Sedangkan Menurut Karyoto (2021:1), pengembangan usaha mencakup berbagai aspek, seperti memperluas kegiatan operasional, meningkatkan produk, meningkatkan penjualan, menarik lebih banyak konsumen, serta mengoptimalkan laba. Selain itu, pengembangan usaha juga meliputi peningkatan nilai dan manfaat produk, serta perbaikan dalam distribusi produk.

Berdasarkan beberapa pengertian pengembangan usaha diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang memiliki pandangan ke depan agar terciptanya peningkatan kinerja perusahaan dengan cara membuat strategi sebaik mungkin.

Penjualan

Pengertian penjualan menurut beberapa para ahli mendefinisikan:

1. Menurut Samsul Arifin (2020:2), penjualan dapat diartikan sebagai kegiatan dimana seseorang memberikan suatu barang kepada orang lain (pembeli) dengan tujuan mendapatkan pembayaran berupa uang.
2. Murnawati et al (2020) mengatakan bahwa penjualan merupakan perpaduan antara pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh seorang penjual dalam upaya mempengaruhi orang lain agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.
3. Penjualan merupakan salah satu elemen penting dalam promosi, yang pada gilirannya merupakan bagian dari keseluruhan kegiatan pemasaran. Selain itu, Baru Swastha menggambarkan penjualan sebagai suatu proses di mana penjual dan pelanggan saling bertukar barang atau jasa (Kusna, 2020).
4. Menurut pendapat lain (Jainuddin & Ernawati, 2020), penjualan merupakan suatu proses yang melibatkan pertemuan dan komunikasi langsung antara individu dengan tujuan untuk menciptakan, memperbaiki, mengelola, atau mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, kegiatan pembelian dan penjualan saling terkait dan membentuk suatu kesatuan yang esensial agar transfer hak serta transaksi dapat berlangsung dengan baik.

Kesimpulannya penjualan merupakan sebuah kesepakatan antara penjual dengan pembeli untuk melakukan tukar menukar barang atau jasa di dalam jangka waktu tertentu. Penjualan adalah salah satu kegiatan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan baik barang maupun jasa yang harus mendapatkan perhatian serius dari pemimpin. Melalui pemahaman yang mendalam tentang kondisi penjualan di perusahaan, seorang pemimpin harus dapat merumuskan kebijakan dan mengambil keputusan yang berharga, demi memastikan keberlangsungan hidup perusahaannya.

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai analisis bisnis dari berbagai aspek, yaitu aspek produk, aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan bisnis milik keluarga yang telah beroperasi selama 10 tahun. Sugiyono (2019) mendefinisikan sebagai penelitian untuk memahami fenomena sosial dengan pendekatan yang mendalam studi ini memprioritaskan data kualitatif dan menyajikannya secara komprehensif dalam deskripsi. Sugiyono (2019) menekankan betapa pentingnya untuk memahami konteks dan situasi fenomena yang diperiksa sehingga hasil survei dapat memberikan gambar yang lebih jelas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berikut merupakan hasil analisa bisnis yang lebih mendalam:

1. Problem Fit Solution

Bun's Yoghurt merupakan salah satu produk lokal UMKM yang bergerak di industri minuman yang berlokasi produksi di Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Yoghurt ini merupakan salah satu produk olahan susu yang difermentasi dengan proses produksi sedemikian rupa sehingga tercipta produk yang sehat dan menyegarkan. Minuman yoghurt memiliki kandungan yang baik bagi kesehatan tubuh diantaranya bakteri probiotik yang baik untuk mendukung sistem pencernaan dan meningkatkan daya tahan tubuh, protein, kalsium dan vitamin D, fosfor, dan karbohidrat. Dan saat ini produk yoghurt sangat digemari oleh seluruh kalangan karena tidak hanya disukai oleh remaja dan dewasa saja bahkan anak-anak pun menyukai produk olahan susu ini.

Masalah Konsumen:

Terdapat 3 (tiga) permasalahan, diantaranya:

- 1) Maraknya minuman yang hanya menyegarkan namun tidak memiliki kandungan gizi yang terkandung di dalam minuman yang dipasarkan.
- 2) Umumnya produk kesehatan yang alami dan bergizi sering kali memiliki harga yang tinggi, sehingga menjadi sulit dijangkau oleh sebagian konsumen.
- 3) Konsumen merasa bosan dengan pilihan rasa dan tekstur yoghurt yang dijual dipasaran.

Penawaran Sosial:

Dari permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka 3 (tiga) solusi yang Bun's Yoghurt berikan yaitu:

- 1) Bun's Yoghurt memproduksi minuman yang terbuat dari bahan dasar olahan susu sapi sehingga produk ini tidak hanya menyegarkan namun juga menyehatkan bagi tubuh. Yoghurt mengandung kalsium yang baik untuk kesehatan tulang dan gigi, probiotik yang bermanfaat bagi pencernaan dan baik untuk sistem kekebalan tubuh. Yoghurt mengandung kalsium yang baik untuk kesehatan tulang dan gigi, probiotik yang bermanfaat bagi pencernaan, selain itu bagi konsumen yang memiliki permasalahan pada berat badan, dengan mengkonsumsi yoghurt akan membuat rasa kenyang lebih lama serta rendah kalori.
- 2) Produk yang ditawarkan oleh Bun's Yoghurt menawarkan harga yang kompetitif, karena bahan dasar utama susu sapi diproduksi dari peternakan keluarga sehingga biaya pokok produksi lebih terjangkau.
- 3) Bun's Yoghurt menawarkan beberapa varian rasa buah serta dipadukan dengan topping jelly dan tekstur yoghurt yang kental karena terbuat dari 100% susu sapi yang terjamin kualitasnya.

2. Target Pasar

Target pasar yang ditetapkan oleh Bun's Yoghurt berdasarkan segmentasi yang diteliti dibuat sebelumnya dimana Bun's Yoghurt akan menargetkan kepada seluruh kalangan yang memiliki pola atau gaya hidup yang sehat namun tetap membutuhkan minuman yang menyegarkan khususnya bagi masyarakat di Jawa Barat. Dengan usia 10-49 tahun, berjenis kelamin laki-laki/perempuan serta membutuhkan minuman yang praktis dan harga ramah kantong.

3. *Product Market Fit*

Product market fit merupakan sebuah keadaan ketika produk atau sebuah layanan bisnis dapat menemukan pasarnya, dalam artian sederhana jika produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan lalu menghasilkan kepuasan konsumen tentunya akan berdampak pada volume penjualan produk yang cukup tinggi.

Terdapat 5 (lima) komponen kunci dalam *Product Market Fit* (PMF):

- 1) Target konsumen
- 2) Kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi
- 3) Keunggulan produk dibandingkan competitor
- 4) Menciptakan produk untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis
- 5) Mencapai kepuasan pelanggan

Menu/Varian Produk:

Bun's Yoghurt menjual produk minuman yang terbuat dari 100% susu sapi tanpa tambahan air, dapat mendukung perbaikan dan pertumbuhan otot, mendukung kesehatan tulang dan gigi serta menjaga keseimbangan mineral dalam tubuh. Karena terbuat dari 100% susu sapi tekstur yoghurt menjadi kental, dilengkapi dengan topping jelly yang dapat membuat rasa kenyang lebih lama dan kemasan yang mudah dibawa kemana saja.

Produk yang dipasarkan oleh Bun's Yoghurt terdapat 6 variasi rasa yaitu strawberry, blueberry, mangga, melon, leci, dan anggur. Untuk variasi rasa yang *best seller* di Bun's Yogurt yaitu variasi rasa strawberry dan blueberry. Dan terdapat 3 variasi ukuran kemasan, 250ml, 500ml, dan 1 liter dengan harga yang berbeda-beda sesuai dengan ukuran kemasan yang dipesan, kisaran harga produk per 250ml Rp 8.000, ukuran 500ml Rp 15.000 dan ukuran 1 liter dengan harga Rp 28.000. Berikut merupakan gambar varian menu yang ada di Bun's Yogurt.



Gambar 4.1 Varian Produk Bun's Yoghurt

4. *Market Size*

Perhitungan Total Addressable Market (TAM) ini diambil dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat (2023) jumlah jiwa yang berusia 10-49 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan di Jawa Barat berjumlah 31.180.529 Jiwa. Sedangkan

untuk serviceable available market (SAM) didapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{SAM} = 10\% \times \text{Total Average Market (TAM)}$$

Maka,

$$\text{SAM} = 10\% \times 31.180.529 \text{ Jiwa}$$

$$\text{SAM} = 3.118.052 \text{ Jiwa}$$

Dari perhitungan tersebut maka nilai serviceable available market (SAM) pada usaha Bun's Yoghurt adalah sebanyak 3.118.052 Jiwa. Untuk perhitungan *serviceable obtainable market* (SOM) menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{SOM} = 10\% \times \text{Serviceable Avaiable Market (SAM)}$$

Maka,

$$\text{SOM} = 10\% \times 3.118.052 \text{ Jiwa}$$

$$\text{SOM} = 311.805 \text{ Jiwa}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka total *serviceable obtainable market* (SOM) dari Bun's Yoghurt adalah 311.805 Jiwa. Ditargetkan terpenuhi selama 5 tahun. Agar lebih jelas berikut tabel market share dari Bun's Yoghurt:

Tabel 4.1 target market share dari Bun's Yogurt

	Kriteria	Jiwa	Sumber
TAM	Berusia 10-49 tahun di Jawa Barat berjenis kelamin laki-laki dan perempuan	31.180.529	BPS, Jawa Barat 2023
SAM	Menyukai produk Bun's Yoghurt	31.118.052	Asumsi 10%
SOM	Market share	311.805	Asumsi 10%
	Target setiap tahun	62.361	(Asumsi 5 tahun)

	Target setiap bulan	5.196	(Asumsi 12 bulan)
	Target setiap hari	173	(Asumsi 30 hari)

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Sehingga menghitung potensi pendapatan Bun's Yoghurt sesuai dengan perhitungan TAM, SAM, SOM diatas dan juga mengambil harga rata-rata produk yoghurt, yaitu:

$$\begin{aligned}
 \text{Potensi pendapatan} &= \text{Harga produk} \times \text{jumlah target market (SOM)} \\
 &= \text{Rp } 17.000 \times 311.805 \\
 &= \text{Rp } 5.300.685.000
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan metode TAM SAM SOM maka potensi pendapatan yang akan dimiliki oleh Bun's Yoghurt sebesar Rp 5.300.685.000. Upaya yang akan dilakukan Bun's Yoghurt untuk mencapai potensi pendapatan tersebut dengan melalui pola pengembangan selama 5 tahun kedepan yaitu dengan:

Milestone (Pola Pengembangan) pada Bun's Yoghurt:

- 1) Tahun pertama, penelitian pasar & pengembangan produk
- 2) Branding kuat & ekspansi distrusi lokal
- 3) Ekspansi ke kota lain di Jawa Barat
- 4) Diversifikasi Produk & Peningkatan Kapasitas Produksi
- 5) Dominasi Pasar di Jawa Barat

5. *Business Model*

Business model yang dilakukan oleh Bun's Yoghurt yaitu dengan 2 model diantara *business to business* (B2B) dan *business to customer* (B2C). B2B atau *business to business* yang dilakukan oleh Bun's Yoghurt yaitu melalui kerjasama dengan Koperasi Unit Desa Cisarua yang telah berlangsung sejak bisnis ini berdisi dan bekerjasama dengan beberapa toko ritel yang berada di wilayah tempat produksi. Sedangkan *business model* B2C (*business to costomer*) dalam proses penjualan ini melakukan pemesanan secara langsung ke toko maupun rumah produksi, maupun pemesanan melauai online seperti whatsapp dan instagram.

Pengembangan Usaha

Bun's Yoghurt berupaya meningkatkan penjualan dengan melakukan pengembangan usaha dari beberapa aspek diantaranya pengembangan dari aspek sumber

daya manusia, distribusi dan penjualan, pengembangan produk serta pengembangan dari aspek keuangan yang meliputi:

- 1) Pengembangan dari Aspek Sumber Daya Manusia
Menargetkan perencanaan sumber daya manusia yang baik disesuaikan dengan kebutuhan, melakukan rekrutmen dan seleksi dengan membuat persyaratan-persyaratan yang lebih detail sesuai dengan posisi yang dibutuhkan agar terciptanya pengembangan dan keberhasilan perusahaan, melakukan pelatihan dan pengembangan SDM, memberikan kompensasi sesuai dengan kinerja karyawan serta melakukan penilaian kinerja secara berkala.
- 2) Pengembangan dari Aspek Distribusi dan Penjualan
Pengembangan dari aspek ini dilakukan agar jangkauan pasar perusahaan lebih luas dan berharap konsumen yang sebelumnya belum mengetahui produk perusahaan bisa mengetahui dan merasa tertarik untuk melakukan transaksi. Dengan melalui perluasan usaha seperti memperbanyak melakukan kemitraan dengan toko ritel, café, supermarket dan pusat perbelanjaan serta mengembangkan pasar melalui saluran distribusi e-commerce baik itu melalui *marketplace* ataupun website agar branding yang dimiliki lebih kuat dan margin keuntungan yang lebih besar dikarenakan bisa disesuaikan dengan tujuan bisnis.
- 3) Pengembangan dari Aspek Produk
Pengembangan usaha dari sisi produk ini tentunya merupakan hal utama yang dapat dilakukan pada saat akan mengembangkan bisnis karena produk ini berupa bentuk fisik yang dapat dilihat langsung dan dirasakan oleh konsumen. Pengembangan produk yang akan dilakukan yaitu dengan mengembangkan varian rasa, varian topping, membuat jenis yoghurt yang lain, serta menyajikan kemasan yang lebih memiliki nilai estetikan dan fungsional.
- 4) Pengembangan dari Aspek Keuangan
Pengembangan usaha dari aspek keuangan ini merupakan salah satu faktor kunci yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan usaha. Dalam aspek ini Bun's Yoghurt akan meluncurkan beberapa promo diskon musiman yang menawarkan dengan pembelian minimal berapa pcs akan mendapatkan 1 produk dari Bun's Yoghurt. Dengan pendekatan seperti ini, tidak hanya volume penjualan yang meningkat, tetapi juga loyalitas pelanggan

yang terbentuk melalui pengalaman yang positif saat mendapatkan penawaran menarik.

6. Analisis Keuangan

Berikut merupakan tabel proyeksi keuangan Bun's Yoghurt selama 5 (lima) tahun kedepan dimulai dari tahun 2025 sampai 2029:

Tabel 4.2 Proyeksi Keuangan

Tahun	Persentase Pencapaian (%)	Pendapatan per Tahun	Akumulasi Pendapatan
1	10%	Rp 530,068,500	Rp 530,068,500
2	12%	Rp 636,082,200	Rp 1,166,150,700
3	15%	Rp 795,102,750	Rp 1,961,253,450
4	20%	Rp 1,060,137,000	Rp 3,021,390,450
5	43%	Rp 2,279,294,550	Rp 5,300,685,000
Total	100%		

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Tabel diatas merupakan proyeksi keuangan selama 5 tahun kedepan, jumlah potensi pendapatan tersebut didapat dari perhitungan TAM, SAM, SOM dikali dengan harga produk. Pendapatan Bun's Yoghurt akan selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya, dimulai dengan persentase 10% hingga 43% dengan total persentase keseluruhan sebanyak 100% dengan jumlah proyeksi keuangan selama 5 tahun sebesar Rp 5.300.685.000.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan diatas, pengembangan usaha yang akan dilakukan oleh Bun's Yoghurt dalam upaya meningkatkan penjualan yaitu:

1) Pengembangan Usaha dari Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang baik akan berbanding lurus dengan produk yang dihasilkan. Bun's Yoghurt akan merencanakan sumber daya manusia yang lebih baik lagi untuk mencapai target yang lebih tinggi diantaranya melakukan rekrutmen dan seleksi karyawan sesuai kebutuhan, pelatihan serta pengembangan, kompensasi sesuai kinerja dan melakukan penilaian kinerja.

- 2) Pengembangan Usaha dari Aspek Penjualan dan Distribusi
Kerjasama dengan berbagai mitra lainnya seperti saat ini dengan melakukan kerjasama dengan Koperasi Unit Desa (KUD) Cisarua serta mengembangkan saluran distribusi melalui *e-commerce* seperti *marketplace* dan *website* untuk memperkuat *branding* dan margin keuntungan.
- 3) Pengembangan Usaha dari Aspek Produk
Dengan pengembangan varian rasa varian *topping*, membuat jenis yoghurt selain drink yoghurt serta membuat kemasan yang lebih memiliki nilai estetika dan fungsional.
- 4) Pengembangan Usaha dari Aspek Keuangan
Dalam pengembangan aspek keuangan ini, strategi perencanaan yang akan dilakukan oleh Bun's Yoghurt adalah dengan menerapkan diskon dan promosi untuk meningkatkan penjualan. Seperti memberikan promo minimal pembelian akan mendapatkan free 1 produk Bun's Yoghurt, tentunya program ini akan mendorong volume pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Jainuddin, & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BE MART Cabang Bima. *Pamator Journal*, 13(1), 13–17. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6917>
- Karyoto. 2021. *Proses Pengembangan Usaha*. Karyoto: Semarang
- Khan, M. A., Khan, M. N., & Khan, A. (2021). *Business development strategies: A comprehensive review*. *Journal of Business Research*, 124, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.045>
- Kusna, N. (2020). *Akuntansi dalam Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan dengan Software Armadillo Accounting: Studi pada Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN*
- Meyer, J., Schmid, M., & Huber, M. (2022). The role of data analytics in *business development: A systematic review*. *Journal of Business Research*, 139, 123-134. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.045>
- Murnawati, Erti, L., & Tasril. (2020). Pengaruh Harga, Produk Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Batik Bono Pada Umkm Rumah Batik Andalan Di Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Daya Saing*, 6(1), 85–89.
- Samsul Arifin. 2020. *Sales Management Strategi Menjual Dengan Pendekatan Personal*. Yogyakarta : Salma Idea.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta