

**PERSEPSI POTENSI USAHA DAN KENDALA PENGEMBANGAN
MINUMAN FERMENTASI: ANALISIS FAKTOR PADA KONSUMEN**

***PERCEIVED BUSINESS POTENTIAL AND DEVELOPMENT BARRIERS OF
FERMENTED BEVERAGES: A CONSUMER FACTOR ANALYSIS***

Elly Rasmikayati¹, Erna Rachmawati², ¹Bobby Rachmat Saefudin³

^{1,2}*Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran*

³*Fakultas Pertanian, Universitas Ma'soem*

ABSTRACT

Fermented beverages are increasingly viewed as business opportunities, but positive market perceptions do not always translate into entrepreneurial readiness. This study identified consumer-perceived dimensions of business potential and development barriers for fermented beverages. A quantitative survey was conducted in 2025 with 121 consumers in Java aged 17-30, 31-50, and over 50 years. Respondents had consumed at least one fermented beverage and completed a structured questionnaire through face-to-face assistance using Google Forms. Data were analyzed using descriptive statistics and principal component analysis with Varimax rotation. Business potential formed two factors explaining 75.016% of variance: market potential and product substitution capacity, and entrepreneurial and investment attractiveness. The market/substitution factor had a higher mean (3.438) than entrepreneurial/investment attractiveness (3.102). Development barriers formed two factors explaining 78.399% of variance: accessibility and market acceptance barriers, and technical production barriers. Technical production barriers had a higher mean (3.479) than accessibility/market acceptance (2.781). These findings indicate that consumers recognize fermented beverages as promising products, especially as alternatives to sugar-sweetened beverages, but are less ready to start or invest in the business. Business development should combine market expansion with technical training, simplified procedures, input access, food safety guidance, financing, and marketing support.

Key-words: business potential, entrepreneurial readiness, fermented beverages, market accessibility, production barriers

INTISARI

Minuman fermentasi memiliki prospek usaha yang menjanjikan, tetapi persepsi positif terhadap peluang pasar belum tentu diikuti kesiapan untuk terlibat dalam bisnis. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dimensi persepsi konsumen terhadap potensi usaha dan kendala pengembangan minuman fermentasi. Survei kuantitatif dilakukan sepanjang 2025 terhadap 121 konsumen yang berdomisili di Pulau Jawa dan berusia 17-30 tahun, 31-50 tahun, serta lebih dari 50 tahun. Responden merupakan konsumen yang pernah mengonsumsi sekurang-kurangnya satu jenis minuman fermentasi. Data dikumpulkan secara tatap muka melalui kuesioner terstruktur berbasis *Google Form*. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis komponen utama dengan rotasi *Varimax*. Potensi usaha membentuk dua faktor yang menjelaskan 75,016% keragaman, yaitu potensi pasar dan daya substitusi produk serta daya tarik kewirausahaan dan investasi. Rata-rata faktor potensi pasar dan daya substitusi produk (3,438) lebih tinggi daripada daya tarik kewirausahaan dan investasi (3,102). Kendala pengembangan membentuk dua faktor yang menjelaskan 78,399% keragaman, yaitu kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar serta kendala teknis produksi. Kendala teknis produksi memiliki rata-rata lebih tinggi (3,479) daripada kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar (2,781). Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen mengenali peluang minuman fermentasi, terutama sebagai alternatif minuman berpemanis, tetapi belum sepenuhnya siap memulai usaha atau menanamkan modal. Pengembangan bisnis perlu memadukan perluasan pasar, pelatihan teknis, penyederhanaan prosedur, akses bahan baku, pendampingan keamanan pangan, permodalan, dan pemasaran.

Kata kunci: aksesibilitas pasar, kendala produksi, kesiapan kewirausahaan, minuman fermentasi, potensi usaha

¹ Correspondence author: Bobby Rachmat Saefudin (bobirachmat@gmail.com)

PENDAHULUAN

Minuman fermentasi semakin mendapat perhatian sebagai bagian dari perkembangan pangan fungsional dan inovasi produk minuman. Dimidi et al. (2019) mendefinisikan pangan fermentasi sebagai pangan atau minuman yang diproduksi melalui pertumbuhan mikroorganisme secara terkendali dan perubahan komponen pangan melalui aktivitas enzimatik. Marco et al. (2021) menegaskan bahwa pangan fermentasi tidak selalu dapat disebut sebagai pangan probiotik karena klaim probiotik mensyaratkan keberadaan mikroorganisme hidup yang teridentifikasi dan terbukti memberikan manfaat kesehatan. Dalam penelitian ini, minuman fermentasi dipahami sebagai kategori umum yang mencakup minuman fermentasi berbasis susu/asam laktat maupun non-susu, sehingga pengembangan produknya perlu memperhatikan manfaat, karakteristik sensori, keamanan, dan kejelasan mutu secara bersamaan.

Perkembangan komersial salah satu kelompok utama minuman fermentasi dapat diamati melalui pasar yoghurt dan minuman probiotik di kawasan Asia Pasifik. *Grand View Research* (2026) melaporkan bahwa nilai pasar kelompok produk tersebut mencapai US\$23,352 miliar pada 2025,

diperkirakan meningkat menjadi US\$26,082 miliar pada 2026, dan diproyeksikan mencapai US\$49,572 miliar pada 2033 dengan laju pertumbuhan tahunan majemuk 9,6% selama 2026-2033. Data tersebut tidak mewakili seluruh jenis minuman fermentasi, tetapi relevan sebagai indikator berkembangnya permintaan terhadap produk fermentasi siap minum dan sebagai penguat urgensi kajian potensi usaha.

Pertumbuhan pasar tersebut menunjukkan adanya ruang ekonomi bagi pengembangan minuman fermentasi, baik pada skala industri maupun usaha mikro dan rumah tangga. Produk dapat didiversifikasi melalui bahan baku, rasa, ukuran, kemasan, dan manfaat yang ditawarkan. Namun, pertumbuhan pasar pada tingkat kawasan belum tentu menggambarkan kesiapan pengembangan usaha pada tingkat masyarakat. Baker et al. (2022) menjelaskan bahwa penerimaan konsumen terhadap pangan fungsional dipengaruhi oleh karakteristik produk, kondisi psikologis, perilaku konsumen, kondisi fisik, dan karakteristik sosial demografis. Oleh karena itu, potensi usaha minuman fermentasi perlu dilihat dari persepsi konsumen mengenai peluang pasar, daya substitusi produk, potensi keuntungan, dan minat keterlibatan usaha.

Tabel 1. Perkembangan dan Proyeksi Nilai Pasar Yoghurt dan Minuman Probiotik di Asia Pasifik

Tahun	Status data	Nilai pasar
2025	Tahun dasar/nilai pasar	US\$23,352 miliar
2026	Estimasi	US\$26,082 miliar
2033	Proyeksi	US\$49,572 miliar

Sumber: *Grand View Research* (2026).

Keterangan: Data 2025 merupakan nilai pasar pada tahun dasar, data 2026 merupakan estimasi, sedangkan data 2033 merupakan proyeksi.

Penilaian positif terhadap peluang pasar belum tentu berkembang menjadi kesiapan untuk terlibat dalam usaha. Dalam *Theory of Planned Behavior*, Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Merujuk pada Krueger et al. (2000), intensi kewirausahaan

juga berkaitan dengan *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. Liñán dan Chen (2009) menempatkan sikap serta persepsi terhadap kemampuan dan kendali sebagai unsur penting dalam intensi kewirausahaan, sedangkan Newman et al. (2019) menekankan peran *entrepreneurial self-efficacy*. Berdasarkan kerangka tersebut,

minuman fermentasi dapat dinilai prospektif, tetapi belum tentu dianggap mudah dan realistis untuk dikembangkan menjadi usaha.

Realisasi peluang tersebut dapat dibatasi oleh kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar. Kendala ini mencakup keterbatasan ketersediaan produk di sekitar tempat tinggal, kesulitan memperoleh bahan baku, terbatasnya pilihan yang sesuai dengan selera, serta belum luasnya pengenalan minuman fermentasi di masyarakat. Rasmikayati et al. (2026) menunjukkan bahwa kelompok konsumen memiliki preferensi berbeda terhadap harga, kemasan, ukuran, dan suhu penyajian minuman fermentasi. Damanik dan Rasmikayati (2026) juga mengidentifikasi kelompok konsumen yang berorientasi pada kesehatan, rasa, harga, pengaruh eksternal, dan kenyamanan. Dengan demikian, aksesibilitas tidak hanya berarti keberadaan produk, tetapi juga kesesuaian pilihan dengan kebutuhan pasar.

Selain kendala aksesibilitas, karakteristik teknis proses produksi dapat membatasi pengembangan minuman fermentasi. Pembuatan minuman fermentasi melibatkan bahan baku, mikroorganisme atau starter, wadah, kebersihan, waktu, suhu, serta pengendalian perubahan produk selama fermentasi. Rogers (2003) menjelaskan bahwa kompleksitas inovasi dapat memperlambat adopsi karena calon pengguna membutuhkan pengetahuan dan keterampilan yang lebih besar. Nyhan et al. (2022) menunjukkan bahwa waktu dan suhu fermentasi memengaruhi karakteristik mikrobiologis, biokimia, sensori, dan komponen bioaktif kombucha. Mukherjee et al. (2022) juga menegaskan pentingnya standardisasi, kebersihan, keamanan, pelabelan, dan mutu dalam pengembangan pangan fermentasi komersial.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji minuman fermentasi dari perspektif konsumen, tetapi fokusnya masih dominan pada pengetahuan, perilaku konsumsi, karakteristik konsumen, dan preferensi produk. Rasmikayati et al. (2025)

mengkaji hubungan antara pengetahuan dan perilaku konsumen minuman fermentasi. Fahira dan Rasmikayati (2025) serta Augustiani dan Rasmikayati (2025) membahas pengetahuan, perilaku, dan karakteristik konsumsi pada mahasiswa. Rasmikayati et al. (2026) menganalisis preferensi atribut produk antarkelompok umur, sedangkan Damanik dan Rasmikayati (2026) mengelompokkan perilaku konsumen mahasiswa. Namun, kajian yang memetakan potensi usaha, kesiapan keterlibatan kewirausahaan, kendala aksesibilitas, dan kendala teknis produksi dari perspektif konsumen masih terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan mengkaji persepsi konsumen terhadap potensi usaha dan kendala pengembangan minuman fermentasi. Secara khusus, penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi aspek yang mencerminkan peluang pasar, kemampuan minuman fermentasi menjadi alternatif minuman konvensional, daya tarik keuntungan, minat keterlibatan usaha, serta kendala aksesibilitas, penerimaan pasar, dan teknis produksi. Hasil penelitian diharapkan memberikan dasar bagi pengembangan bisnis minuman fermentasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar, mudah diakses, realistis diproduksi, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Desain, Lokasi, Populasi, dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei deskriptif-eksploratif. Pendekatan survei digunakan untuk memperoleh data terstruktur mengenai karakteristik responden, persepsi terhadap potensi usaha, dan kendala pengembangan minuman fermentasi. Creswell dan Creswell (2018) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti mengukur kecenderungan sikap, persepsi, atau karakteristik populasi melalui instrumen

terstruktur dan menganalisisnya secara statistik.

Pengumpulan data dilaksanakan sepanjang 2025 terhadap konsumen minuman fermentasi yang berdomisili di Pulau Jawa. Responden terutama berasal dari mahasiswa sejumlah perguruan tinggi, masyarakat di wilayah Jatinangor, serta anggota keluarganya. Populasi sasaran dikelompokkan ke dalam tiga strata usia, yaitu 17-30 tahun, 31-50 tahun, dan lebih dari 50 tahun. Sampel pada setiap strata dipilih secara acak sederhana, kemudian digabungkan sehingga diperoleh 121 responden.

Kriteria responden adalah berusia sekurang-kurangnya 17 tahun, berdomisili di Pulau Jawa, dan pernah mengonsumsi paling sedikit satu jenis minuman fermentasi. Pengalaman konsumsi dipastikan melalui pertanyaan penyaring pada awal kuesioner. Untuk menjaga ruang lingkup judul yang bersifat umum, responden diminta menjawab berdasarkan jenis minuman fermentasi yang pernah dikonsumsi atau paling dikenalnya. Penelitian ini tidak membandingkan persepsi berdasarkan jenis produk tertentu.

Data primer dikumpulkan melalui survei tatap muka menggunakan kuesioner terstruktur dalam format *Google Form*. Responden didampingi selama pengisian untuk membantu memahami petunjuk dan redaksi pernyataan. Pendampingan hanya Tabel 2. Variabel dan Indikator Penelitian

berupa penjelasan teknis tanpa mengarahkan pilihan jawaban, sehingga jawaban tetap mencerminkan pengalaman dan persepsi masing-masing responden.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian menggunakan dua variabel utama, yaitu persepsi terhadap potensi usaha minuman fermentasi dan kendala pengembangannya. Persepsi potensi usaha mencakup penilaian terhadap peluang pasar, daya substitusi produk, minat memulai usaha, potensi keuntungan, dan minat menanamkan modal. Kendala pengembangan mencakup ketersediaan produk, akses bahan baku, kerumitan proses produksi, akses peralatan, ketersediaan produk sesuai selera, serta pengenalan dan penerimaan masyarakat.

Penelitian menggunakan dua variabel utama, yaitu persepsi terhadap potensi usaha minuman fermentasi dan kendala pengembangannya. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, netral atau ragu-ragu dengan skor 3, setuju dengan skor 4, dan sangat setuju dengan skor 5. Skala tersebut digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang mewakili sikap atau persepsinya (Likert, 1932).

Variabel	Indikator
Persepsi potensi usaha	1. Peluang pasar 2. Alternatif minuman berpemanis konvensional 3. Minat memulai usaha 4. Potensi keuntungan usaha 5. Minat menanamkan modal
Kendala pengembangan	1. Ketersediaan produk di lingkungan tempat tinggal 2. Kesulitan memperoleh bahan baku 3. Kerumitan proses produksi 4. Kesulitan memperoleh peralatan produksi 5. Ketersediaan produk sesuai selera 6. Pengenalan dan penerimaan masyarakat

Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju (skor 1) sampai sangat setuju

(skor 5). Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang merepresentasikan

sikap atau persepsi (Likert, 1932). Skor yang semakin tinggi pada variabel potensi usaha menunjukkan penilaian yang semakin positif, sedangkan skor yang semakin tinggi pada variabel kendala menunjukkan hambatan yang semakin besar.

Analisis Data

Data yang terkumpul diperiksa, dikodekan, dan diolah menggunakan perangkat lunak statistik. Analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dan standar deviasi setiap indikator untuk mengetahui aspek potensi usaha yang memperoleh penilaian tertinggi dan kendala yang paling dominan dirasakan responden.

Struktur indikator dianalisis secara terpisah pada masing-masing variabel menggunakan *Principal Component Analysis* dengan rotasi *Varimax* dan *Kaiser Normalization*. Menurut Hair et al. (2019), analisis faktor eksploratori dapat mereduksi

sejumlah indikator menjadi struktur yang lebih ringkas, sedangkan rotasi *Varimax* membantu menghasilkan pemisahan faktor yang lebih mudah diinterpretasikan. Kelayakan data dinilai melalui KMO, *Bartlett's Test*, MSA, communalities, dan factor loading. Indikator dipertahankan apabila nilai KMO dan MSA lebih dari 0,50, *Bartlett's Test* signifikan kurang dari 0,05, communalities lebih dari 0,50, dan factor loading utama sekurang-kurangnya 0,50.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai komposisi sampel yang menjadi sumber penilaian terhadap potensi usaha dan kendala pengembangan minuman fermentasi. Karakteristik yang diamati meliputi jenis kelamin dan kelompok usia.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kelompok Usia

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin:		
Laki-laki	53	43,8
Perempuan	68	56,2
Total	121	100
Kelompok usia:		
17–30 tahun	52	43
31–50 tahun	35	28,9
Lebih dari 50 tahun	34	28,1
Total	121	100

Sumber: Data Primer (Diolah, 2026)

Responden perempuan berjumlah 68 orang (56,2%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 53 orang (43,8%). Berdasarkan usia, kelompok 17-30 tahun merupakan kelompok terbesar dengan 52 responden (43,0%), diikuti kelompok 31-50 tahun sebanyak 35 responden (28,9%) dan lebih dari 50 tahun sebanyak 34 responden (28,1%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa penelitian melibatkan konsumen dari jenis kelamin dan tahapan usia yang beragam, meskipun hasil tidak dimaksudkan untuk membandingkan persepsi antarkelompok.

Persepsi terhadap Potensi Usaha Minuman Fermentasi

Kelayakan data untuk pembentukan faktor menunjukkan hasil yang memadai. Nilai KMO sebesar 0,740 dan Bartlett's Test signifikan kurang dari 0,001. Nilai MSA setiap indikator berada pada rentang 0,682-0,787, sedangkan nilai *communalities* hasil ekstraksi berkisar 0,672-0,850. Dengan demikian, seluruh indikator dapat dipertahankan dalam analisis.

Dua komponen yang ditetapkan secara kumulatif menjelaskan 75,016% keragaman data. Setelah rotasi *Varimax*, komponen pertama menjelaskan 42,303% keragaman

dan komponen kedua menjelaskan 32,714%. Struktur *loading* memperlihatkan bahwa indikator dapat dikelompokkan secara substantif menjadi faktor daya tarik kewirausahaan dan investasi serta faktor potensi pasar dan daya substitusi produk.

Faktor daya tarik kewirausahaan dan investasi dibentuk oleh minat memulai usaha, persepsi potensi keuntungan, dan minat menanamkan modal. Indikator terkuat adalah minat menanamkan modal dengan *loading* 0,865. Namun, rata-rata minat memulai usaha hanya 2,843, lebih rendah daripada persepsi potensi keuntungan sebesar 3,430. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengakui adanya potensi keuntungan, tetapi

belum menunjukkan ketertarikan yang sama kuat untuk menjalankan usaha secara langsung.

Faktor potensi pasar dan daya substitusi produk dibentuk oleh persepsi peluang pasar dan kemampuan produk menjadi alternatif minuman konvensional. Indikator kemampuan produk sebagai alternatif minuman konvensional memiliki *loading* 0,888 dan rata-rata tertinggi sebesar 3,562. Rata-rata faktor ini mencapai 3,438, lebih tinggi daripada rata-rata faktor daya tarik kewirausahaan dan investasi sebesar 3,102. Dengan demikian, responden lebih positif menilai produk dan peluang pasar daripada kesiapan pribadi untuk berwirausaha atau berinvestasi.

Tabel 4. Rata-rata dan *Loading Factor* Indikator Potensi Usaha

Faktor	Indikator	Rata-rata	Loading
Daya tarik kewirausahaan dan investasi	Minat memulai usaha	2,843	0,740
	Potensi keuntungan usaha	3,430	0,814
	Minat menanamkan modal	3,033	0,865
Potensi pasar dan daya substitusi produk	Peluang pasar	3,314	0,775
	Alternatif minuman konvensional	3,562	0,888

Sumber: Data Primer (Diolah, 2026)

Temuan tersebut dapat dipahami melalui *Theory of Planned Behavior*. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa intensi dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Sikap positif terhadap peluang usaha belum tentu menghasilkan intensi yang kuat apabila individu merasa belum memiliki kemampuan atau sumber daya. Krueger et al. (2000) juga membedakan *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. Dalam konteks penelitian ini, minuman fermentasi tampak menarik sebagai peluang pasar, tetapi belum tentu dipersepsikan mudah diwujudkan sebagai kegiatan usaha.

Kendala Pengembangan Minuman Fermentasi

Kelayakan data untuk mengidentifikasi struktur kendala juga menunjukkan hasil

yang memadai. Nilai KMO sebesar 0,804 dan *Bartlett's Test* signifikan kurang dari 0,001. Nilai MSA berada pada rentang 0,730-0,881, sedangkan *communalities* berkisar 0,691-0,883. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dapat dipertahankan dalam analisis.

Dua komponen yang ditetapkan menjelaskan 78,399% keragaman data. Setelah rotasi *Varimax*, komponen pertama menjelaskan 46,762% keragaman dan komponen kedua menjelaskan 31,637%. Pengelompokan indikator menghasilkan dua faktor, yaitu kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar serta kendala teknis produksi.

Tabel 5. Rata-rata dan *Loading Factor* Indikator Kendala Pengembangan

Faktor	Indikator	Rata-rata	Loading
Kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar	Ketersediaan produk di sekitar tempat tinggal	2,686	0,862
	Kesulitan memperoleh bahan baku	2,860	0,825
	Produk sesuai selera	2,703	0,814
	Pengenalan dan penerimaan masyarakat	2,876	0,760
Kendala teknis produksi	Kerumitan proses produksi	3,521	0,908
	Kesulitan memperoleh peralatan	3,438	0,883

Sumber: Data Primer (Diolah, 2026)

Kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar mencerminkan hambatan memperoleh produk dan bahan baku, menemukan variasi produk yang sesuai dengan selera, serta memperluas pengenalan produk. Indikator ketersediaan produk di sekitar tempat tinggal memiliki loading tertinggi sebesar 0,862, tetapi rata-ratanya hanya 2,686. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk tidak dipersepsikan sebagai kendala utama oleh seluruh responden. Meskipun demikian, variasi produk yang sesuai selera dan tingkat pengenalan masyarakat masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pasar.

Ketersediaan produk secara fisik belum tentu mencerminkan terpenuhinya kebutuhan pasar. Baker et al. (2022) menjelaskan bahwa penerimaan pangan fungsional dipengaruhi oleh atribut produk, harga, rasa, merek, informasi, dan pengalaman konsumen. Karena itu, bisnis minuman fermentasi perlu memperhatikan bukan hanya keberadaan produk di pasar, tetapi juga variasi rasa, kemasan, harga, dan informasi yang sesuai dengan segmen konsumen.

Kendala teknis produksi dibentuk oleh kerumitan proses produksi dan kesulitan memperoleh peralatan. Kedua indikator memiliki loading tinggi, masing-masing 0,908 dan 0,883. Rata-rata faktor kendala teknis produksi sebesar 3,479, lebih tinggi daripada rata-rata kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar sebesar 2,781. Temuan ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak memersepsikan hambatan pada sisi produksi

daripada pada sisi ketersediaan produk siap konsumsi.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep kompleksitas dalam teori difusi inovasi. Rogers (2003) menjelaskan bahwa inovasi yang dipersepsikan rumit cenderung lebih lambat diadopsi. Pada minuman fermentasi, proses produksi dapat dipandang kompleks karena melibatkan starter, kebersihan wadah, waktu, suhu, dan pengendalian perubahan produk. Nyhan et al. (2022) menunjukkan bahwa waktu dan suhu fermentasi memengaruhi mutu kombucha, sedangkan Mukherjee et al. (2022) menekankan pentingnya standardisasi, keamanan, dan pelabelan pangan fermentasi. Oleh karena itu, kendala teknis dapat menghambat perubahan peluang pasar menjadi kesiapan usaha.

Kesenjangan Potensi dan Kesiapan Keterlibatan Usaha

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dan kesiapan keterlibatan usaha. Responden memberikan penilaian relatif positif terhadap kemampuan minuman fermentasi menjadi alternatif minuman berpemanis, tetapi minat memulai usaha menjadi indikator dengan rata-rata terendah. Pada saat yang sama, kendala teknis produksi memperoleh rata-rata tertinggi di antara faktor kendala. Pola ini mengindikasikan bahwa peluang pasar telah dikenali, tetapi kelayakan teknis dan kesiapan sumber daya masih menjadi persoalan penting.

Kesenjangan tersebut tidak dapat disimpulkan sebagai hubungan sebab-akibat karena penelitian ini tidak menguji pengaruh langsung antar faktor. Namun, hasil ini memberikan implikasi bahwa pengembangan bisnis minuman fermentasi perlu memadukan strategi pasar dan strategi produksi. Penguatan pasar dapat dilakukan melalui inovasi produk, perluasan distribusi, dan edukasi konsumen. Sementara itu, penguatan sisi produksi memerlukan pelatihan teknis, penyederhanaan prosedur, akses bahan baku dan peralatan, pendampingan keamanan pangan, serta fasilitasi permodalan dan pemasaran.

KESIMPULAN

Persepsi konsumen terhadap potensi usaha minuman fermentasi terbentuk atas dua faktor, yaitu potensi pasar dan daya substitusi produk serta daya tarik kewirausahaan dan investasi. Penilaian terhadap potensi pasar dan kemampuan minuman fermentasi menjadi alternatif minuman berpemanis konvensional lebih tinggi dibandingkan minat untuk memulai usaha atau menanamkan modal. Temuan ini menunjukkan bahwa responden telah mengenali peluang bisnis minuman fermentasi, tetapi penilaian positif tersebut belum sepenuhnya diikuti kesiapan untuk terlibat langsung dalam kegiatan usaha.

Kendala pengembangan minuman fermentasi terbentuk atas dua faktor, yaitu kendala aksesibilitas dan penerimaan pasar serta kendala teknis produksi. Kendala teknis produksi, terutama kerumitan proses pembuatan dan kesulitan memperoleh peralatan, dinilai lebih besar daripada kendala akses terhadap produk, bahan baku, dan penerimaan masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan bisnis minuman fermentasi perlu diarahkan pada dua sisi, yaitu memperluas pasar dan menurunkan hambatan teknis produksi.

Implikasi praktis penelitian ini adalah perlunya inovasi produk, perluasan distribusi, variasi rasa dan kemasan, pelatihan teknis, penyediaan bahan baku dan starter, pengenalan peralatan yang mudah

diperoleh, pendampingan keamanan pangan, serta dukungan permodalan dan pemasaran. Penelitian selanjutnya disarankan melaporkan sebaran jenis minuman fermentasi yang menjadi acuan responden, membandingkan persepsi berdasarkan jenis produk, serta menguji pengaruh kendala teknis, akses sumber daya, *entrepreneurial self-efficacy*, dan persepsi risiko terhadap minat memulai usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Augustiani, A. A., & Rasmikayati, E. (2025). Deskripsi dan analisis hubungan antara karakteristik, tingkat pengetahuan, dan perilaku konsumsi terhadap minuman fermentasi pada mahasiswa. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 31-40. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i1.15141>
- Baker, M. T., Lu, P., Parrella, J. A., & Leggett, H. R. (2022). Consumer acceptance toward functional foods: A scoping review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1217. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031217>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Damanik, M. S., & Rasmikayati, E. (2026). Karakteristik dan pengelompokan perilaku konsumen minuman fermentasi pada mahasiswa. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 12(1), 751-764. <https://doi.org/10.25157/ma.v12i1.21547>
- Dimidi, E., Cox, S. R., Rossi, M., & Whelan, K. (2019). Fermented foods: Definitions and characteristics, impact on the gut microbiota and effects on gastrointestinal health and disease. *Nutrients*, 11(8), 1806. <https://doi.org/10.3390/nu11081806>

- Fahira, D. R., & Rasmikayati, E. (2025). Pengetahuan dan perilaku tentang minuman fermentasi pada mahasiswa. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 22-30. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i1.15136>
- Grand View Research. (2026). *Asia Pacific yogurt and probiotic drink market size & outlook, 2026-2033*. Retrieved July 8, 2026, from <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/yogurt-and-probiotic-drink-market/asia-pacific>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Marco, M. L., Sanders, M. E., Gänzle, M., Arrieta, M. C., Cotter, P. D., De Vuyst, L., Hill, C., Holzapfel, W., Lebeer, S., Merenstein, D., Reid, G., Wolfe, B. E., & Hutkins, R. (2021). The International Scientific Association for Probiotics and Prebiotics (ISAPP) consensus statement on fermented foods. *Nature Reviews Gastroenterology & Hepatology*, 18(3), 196-208. <https://doi.org/10.1038/s41575-020-00390-5>
- Mukherjee, A., Gómez-Sala, B., O'Connor, E. M., Kenny, J. G., & Cotter, P. D. (2022). Global regulatory frameworks for fermented foods: A review. *Frontiers in Nutrition*, 9, 902642. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.902642>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Nyhan, L. M., Lynch, K. M., Sahin, A. W., & Arendt, E. K. (2022). Advances in kombucha tea fermentation: A review. *Applied Microbiology*, 2(1), 73-103. <https://doi.org/10.3390/applmicrobiol2010005>
- Rasmikayati, E., Wiyono, S. N., & Saefudin, B. R. (2025). Deskripsi dan korelasi antara pengetahuan dengan perilaku konsumen minuman fermentasi. *Jurnal Pertanian Agros*, 27(1), 93-100. <https://doi.org/10.37159/jpa.v27i1.52>
- Rasmikayati, E., Yudha, E. P., & Saefudin, B. R. (2026). Preferensi konsumen terhadap minuman fermentasi: Studi komparatif antar kelompok umur. *Jurnal Pertanian Agros*, 28(1), 87-96. <https://doi.org/10.37159/jpa.v28i1.162>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.