

## **Analisis Kelayakan dan Strategi Penetrasi Pasar Home Roasting Coffee: Pendekatan Segmentasi–Targeting–Positioning**

**Silvy Anzani Nasution, Risdyia Miazmi, Hendra**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha serta merumuskan strategi penetrasi pasar pada bisnis Home Roasting Coffee dengan menggunakan pendekatan Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP). Pertumbuhan industri kopi di Indonesia menunjukkan tren positif dalam lima tahun terakhir seiring dengan meningkatnya budaya minum kopi, perkembangan coffee shop, serta munculnya pelaku usaha skala kecil dan rumahan yang mengedepankan kualitas dan keunikan produk. Home roasting coffee menjadi salah satu bentuk usaha yang memiliki potensi besar karena mampu menawarkan kesegaran biji kopi, kontrol kualitas roasting, serta kedekatan emosional dengan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan menganalisis kelayakan usaha dari aspek pasar, teknis, dan pemasaran. Data diperoleh melalui studi literatur, observasi usaha sejenis, serta analisis tren pasar kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee layak untuk dikembangkan dengan strategi penetrasi pasar yang tepat, khususnya melalui penerapan STP secara konsisten. Segmentasi pasar difokuskan pada konsumen usia produktif dengan minat terhadap kopi berkualitas, targeting diarahkan pada pecinta kopi spesialti dan konsumen urban, sedangkan positioning menempatkan produk sebagai kopi segar dengan cita rasa khas dan bernilai premium. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM kopi dalam merancang strategi pemasaran yang berdaya saing dan berkelanjutan.

### **Pendahuluan**

Industri kopi di Indonesia merupakan salah satu sektor agribisnis yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan keberagaman varietas dan cita rasa yang khas dari berbagai daerah.

Perkembangan industri kopi tidak hanya ditandai oleh peningkatan produksi, tetapi juga oleh perubahan pola konsumsi masyarakat. Kopi tidak lagi dipandang sekadar minuman penghilang rasa kantuk, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Meningkatnya minat terhadap kopi berkualitas mendorong munculnya berbagai model bisnis kopi, mulai dari coffee shop, kedai kopi keliling, hingga usaha home roasting coffee yang dijalankan dalam skala kecil dan menengah.

Usaha home roasting coffee memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas produksi, kontrol kualitas, serta kemampuan menyesuaikan profil rasa sesuai preferensi konsumen. Namun demikian, usaha ini juga menghadapi tantangan berupa persaingan pasar yang semakin ketat.

Persaingan dalam industri kopi menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif agar mampu menjangkau dan mempertahankan konsumen.

Salah satu pendekatan strategis yang relevan dalam pemasaran adalah Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP). Pendekatan ini membantu pelaku usaha memahami karakteristik pasar dan menentukan strategi yang sesuai.

Segmentasi pasar memungkinkan usaha untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan karakteristik tertentu seperti demografis, geografis, psikografis, dan perilaku.

Setelah segmen pasar terbentuk, langkah selanjutnya adalah menentukan target pasar yang paling potensial dan sesuai dengan sumber daya yang dimiliki oleh usaha.

Positioning menjadi tahapan penting untuk membangun citra produk di benak konsumen agar memiliki keunikan dan nilai tambah dibandingkan produk pesaing.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kelayakan usaha serta merumuskan strategi penetrasi pasar Home Roasting Coffee melalui pendekatan STP.

### **Kajian Teori**

Kelayakan usaha merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha dapat dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Analisis ini mencakup aspek pasar, teknis, manajerial, dan pemasaran.

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang relatif sama. Segmentasi membantu perusahaan memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam.

Targeting merupakan proses memilih satu atau beberapa segmen pasar yang akan dilayani. Pemilihan target pasar harus mempertimbangkan ukuran segmen, potensi pertumbuhan, serta kesesuaian dengan sumber daya usaha.

Positioning adalah strategi untuk menempatkan produk atau merek di benak konsumen dengan cara menciptakan persepsi yang unik dan berbeda dibandingkan pesaing. Positioning yang kuat akan meningkatkan daya saing produk.

Strategi penetrasi pasar bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar melalui berbagai upaya pemasaran seperti penetapan harga, promosi, peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan saluran distribusi yang efektif.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memahami kondisi pasar dan potensi usaha Home Roasting Coffee secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena bisnis secara komprehensif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur terhadap jurnal dan buku terkait pemasaran dan industri kopi, serta observasi terhadap praktik usaha home roasting coffee yang telah berjalan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Home Roasting Coffee memiliki peluang pasar yang cukup besar seiring meningkatnya minat konsumen terhadap kopi berkualitas. Penerapan strategi STP secara tepat menjadi faktor kunci dalam upaya penetrasi pasar dan penguatan daya saing usaha.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa usaha Home Roasting Coffee layak untuk dijalankan dan dikembangkan dari sisi pasar dan pemasaran.

Pendekatan Segmentasi, Targeting, dan Positioning terbukti efektif dalam membantu perumusan strategi penetrasi pasar yang sesuai dengan karakteristik konsumen.

### **Saran**

Pelaku usaha Home Roasting Coffee disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, memperluas pemasaran digital, serta melakukan inovasi berkelanjutan.

### **Daftar Pustaka**

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson.

Porter, M. E. (2020). *Competitive Strategy*. Free Press.

Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Rangkuti, F. (2021). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia.

Setiawan, D. (2023). *Pemasaran Digital UMKM*. Alfabeta.