E-ISSN: 3025-0994
Halaman 2498-2509
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Studi Kelayakan Bisnis Grosir Munir Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Lingkungan Usaha Di Kota Medan

Mernihati Laia[1] Ronda Deli Sianturi[2] Serniwan Gulo[3], Anggi Maretha Seventina Panggabean[4] Zulfinta Halawa[5]

[1,2,3,4,5] Program Studi Manajemen Ritel, Universitas Budi Darma
e-mail: mernihatilaia480@gmail.com[1], rondadeli398@gmail.com[2], zulfintahalawa91@gmail.com[3] Anggipanggabean98@gmail.com[4] Serniwancantik@gmail.com[5]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Grosir Munir di Kota Medan ditinjau dari aspek pemasaran dan lingkungan usaha. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan mengkaji kondisi usaha berdasarkan indikator aspek pemasaran yang meliputi segmentasi pasar, target pasar, produk, harga, lokasi, dan promosi, serta aspek lingkungan usaha yang meliputi lingkungan ekonomi, sosial, persaingan, teknologi, dan regulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek pemasaran, Grosir Munir memiliki segmentasi dan target pasar yang jelas, produk yang lengkap, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, serta strategi promosi yang cukup efektif melalui media sosial dan pemasaran dari mulut ke mulut. Hasil penilaian aspek pemasaran memperoleh skor sebesar 86% dengan kategori sangat layak. Sementara itu, dari aspek lingkungan usaha, kondisi ekonomi dan sosial masyarakat memberikan peluang yang baik bagi perkembangan usaha, meskipun terdapat persaingan dari minimarket modern, supermarket, dan platform perdagangan daring. Hasil penilaian aspek lingkungan usaha memperoleh skor sebesar 82% dengan kategori layak. Secara keseluruhan, rata-rata tingkat kelayakan usaha mencapai 84% sehingga Grosir Munir termasuk dalam kategori sangat layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Grosir Munir memiliki prospek yang baik untuk berkembang di masa mendatang. Namun demikian, usaha perlu meningkatkan pemanfaatan teknologi digital, memperkuat strategi promosi, serta melakukan inovasi pelayanan guna meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pemasaran, Lingkungan Usaha, Usaha Grosir, Kota Medan.

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of the Munir Wholesale business in Medan City from a marketing and business environment perspective. The study used a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted by examining business conditions based on marketing aspect indicators including market segmentation, target market, product, price, location, and promotion, as well as business environment aspects including economic, social, competitive, technological, and regulatory environments. The results of the study indicate that from a marketing aspect, Munir Wholesale has a clear market segmentation and target, a complete product range, competitive prices, a strategic location, and a fairly effective promotional strategy through social media and word-of-mouth marketing. The marketing aspect assessment obtained a score of 86%, categorized as very feasible. Meanwhile, from a business environment aspect, the economic and social conditions of the community provide good opportunities for business development, despite competition from modern minimarkets, supermarkets, and online trading platforms. The business environment assessment obtained a score of 82%, categorized as feasible. Overall, the average level of business feasibility reached 84%, so Munir Wholesale is included in the very feasible category for operation and development. Based on the research results, it can be concluded that Grosir Munir has good prospects for future growth. However, the business needs to increase its use of digital technology, strengthen its promotional strategy, and innovate its services to increase its competitiveness and maintain its sustainability amidst increasingly fierce business competition.

Keywords: Business Feasibility Study, Marketing Aspects, Business Environment, Wholesale Business, Medan City.

LATAR BELAKANG

Mendirikan bisnis bukan sekadar mewujudkan ide, tetapi juga membutuhkan analisis yang matang agar usaha dapat bertahan jangka panjang. Banyak kegagalan bisnis terjadi bukan karena ide yang buruk, melainkan kurangnya perencanaan sebelum operasional dimulai. Inilah pentingnya studi kelayakan sebagai fondasi awal usaha. Studi kelayakan menilai berbagai aspek seperti aspek pasar, pemasaran, teknologi, organisasi, hingga finansial, sekaligus memprediksi tantangan dan langkah mitigasi. Dalam persaingan global yang ketat, studi ini bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan. Data Founders Forum Group (2025) menunjukkan sekitar 90% startup gagal, dengan 10% berhenti pada tahun pertama dan 70% gagal antara tahun kedua hingga kelima. Fakta ini menegaskan bahwa lima tahun awal bisnis merupakan fase paling krusial.

Tingginya tingkat kegagalan tidak hanya terjadi pada sektor teknologi, tetapi juga UMKM yang sering menghadapi keterbatasan modal, akses pasar, dan manajemen risiko. Studi kelayakan menjadi alat navigasi untuk mengenali peluang, menghitung potensi keuntungan, dan menyiapkan strategi menghadapi ketidakpastian. Selain

membantu keputusan internal, studi kelayakan juga meningkatkan kredibilitas bisnis di mata investor dan kreditor, karena menunjukkan kesiapan menghadapi risiko. Dengan demikian, studi kelayakan perlu diposisikan sebagai syarat utama sebelum memulai usaha, agar bisnis memiliki pondasi yang kuat dan peluang lebih besar untuk melewati fase kritis lima tahun pertama.

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, khususnya pada sektor perdagangan. Perdagangan merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat karena mampu memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari serta membuka lapangan pekerjaan. Salah satu bentuk usaha perdagangan yang terus berkembang adalah usaha grosir. Usaha grosir berperan sebagai distributor barang dalam jumlah besar yang kemudian disalurkan kepada pedagang kecil maupun konsumen akhir dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan penjualan eceran.

Menurut Kasmir dan Jakfar, studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan. Studi kelayakan bisnis sangat penting dilakukan karena dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang, risiko, kekuatan, serta kelemahan usaha sebelum bisnis dikembangkan lebih lanjut.

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia memiliki aktivitas perdagangan yang sangat tinggi. Posisi strategis Kota Medan sebagai pusat perdagangan dan distribusi barang di Sumatera Utara menjadikan kota ini memiliki peluang besar bagi perkembangan usaha grosir. Pertumbuhan jumlah penduduk, meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap barang konsumsi, serta berkembangnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyebabkan permintaan terhadap produk kebutuhan pokok terus meningkat dari waktu ke waktu. Namun, perkembangan usaha perdagangan di Kota Medan juga diikuti oleh meningkatnya persaingan bisnis. Kehadiran minimarket modern, supermarket, distributor besar, serta marketplace online menjadi tantangan tersendiri bagi usaha grosir tradisional untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha agar mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna menarik serta mempertahankan pelanggan.

Menurut Philip Kotler, pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan serta pertukaran nilai dengan pihak lain. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa pemasaran memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha karena berkaitan langsung dengan kebutuhan konsumen, strategi penjualan, promosi, harga, dan pelayanan. Dalam menjalankan usaha grosir, aspek pemasaran menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan bisnis. Strategi pemasaran yang baik dapat membantu usaha memperoleh pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, lingkungan usaha juga sangat memengaruhi keberlangsungan bisnis. Lingkungan usaha meliputi kondisi ekonomi, sosial, budaya, teknologi, serta tingkat persaingan yang dapat memberikan peluang maupun ancaman terhadap perkembangan usaha.

Menurut Husein Umar, studi kelayakan bisnis tidak hanya menilai layak atau tidaknya suatu usaha dibangun, tetapi juga menganalisis bagaimana usaha tersebut dapat dioperasikan secara rutin agar memperoleh keuntungan maksimal dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, analisis terhadap aspek pemasaran dan lingkungan usaha perlu dilakukan secara mendalam agar pelaku usaha mampu menyusun strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi persaingan pasar.



Gambar 1. Observasi Ditoko Grosir Munir

Grosir Munir sebagai salah satu usaha grosir di Kota Medan perlu melakukan kajian kelayakan bisnis agar dapat mengetahui kondisi pasar, peluang usaha, tingkat persaingan, serta faktor lingkungan yang memengaruhi operasional bisnisnya. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, diharapkan usaha Grosir Munir dapat menentukan strategi pemasaran yang sesuai, meningkatkan daya saing usaha, serta mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan perdagangan modern yang semakin kompetitif.

Grosir Munir merupakan usaha perdagangan yang bergerak di bidang penjualan barang kebutuhan sehari-hari secara grosir dan eceran di Kota Medan. Produk yang dijual meliputi sembako, makanan ringan, minuman, perlengkapan rumah tangga, dan kebutuhan harian lainnya. Usaha ini melayani konsumen rumah tangga, warung kecil, serta pelaku UMKM yang membutuhkan barang dalam jumlah besar dengan harga yang lebih murah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, Grosir Munir memiliki lokasi usaha yang cukup strategis karena berada di lingkungan padat penduduk dan mudah diakses kendaraan roda dua maupun roda empat. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor pendukung dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara rutin. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Studi Kelayakan Bisnis Grosir Munir Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Lingkungan Usaha di Kota Medan."

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi usaha Grosir Munir berdasarkan aspek pemasaran dan lingkungan usaha di Kota Medan. Pendekatan ini dipilih

karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai kondisi usaha, strategi pemasaran, peluang pasar, serta faktor lingkungan yang memengaruhi kelayakan bisnis. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode ini sesuai digunakan dalam penelitian studi kelayakan bisnis karena dapat menggambarkan fenomena usaha secara sistematis dan mendalam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek usaha Grosir Munir untuk memperoleh data yang akurat terkait kegiatan pemasaran dan kondisi lingkungan usaha. Penelitian lapangan banyak digunakan dalam studi kelayakan bisnis karena mampu menghasilkan data faktual mengenai kondisi usaha yang sebenarnya.

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha Grosir Munir yang berlokasi di Kota Medan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena Kota Medan merupakan salah satu pusat perdagangan terbesar di Sumatera Utara yang memiliki tingkat persaingan usaha cukup tinggi sehingga menarik untuk diteliti dari aspek pemasaran dan lingkungan usaha. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari: 1. Data Primer, Data primer diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui: Wawancara dengan pemilik usaha Grosir Munir, Observasi kegiatan usaha, Dokumentasi kondisi usaha. 2. Data Sekunder, Data sekunder diperoleh dari: Buku, Jurnal ilmiah, Artikel penelitian. Dokumen pendukung yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis, aspek pemasaran, dan lingkungan usaha. Penelitian studi kelayakan bisnis umumnya menggunakan data primer dan sekunder untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap dan objektif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: 1. Observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas usaha Grosir Munir, seperti proses penjualan, pelayanan konsumen, kondisi lokasi usaha, serta aktivitas pemasaran yang dilakukan. 2. Wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha dan beberapa konsumen untuk memperoleh informasi mengenai: Strategi pemasaran, Kondisi persaingan usaha, Kendala usaha,
Peluang pengembangan bisnis. 3. Dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa: Foto usaha, Data produk, Dokumen lain yang mendukung penelitian.

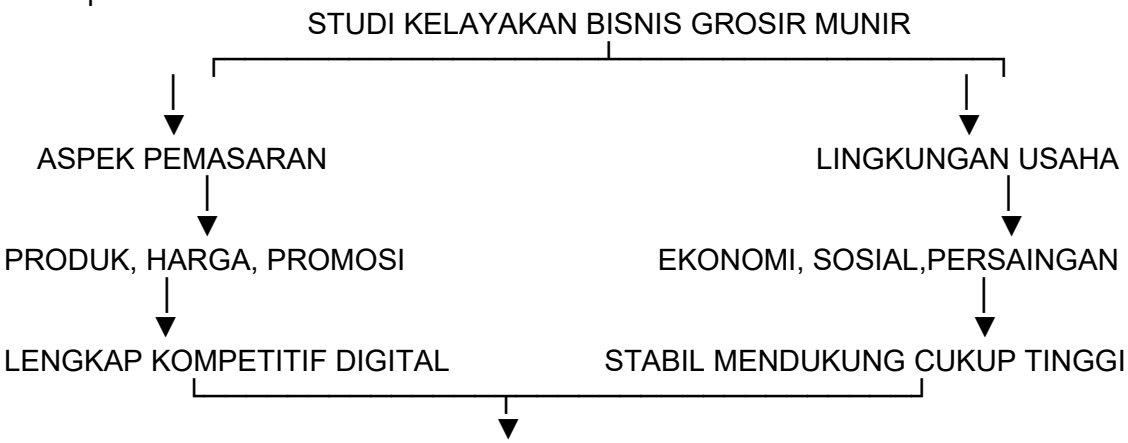
Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara: Mengumpulkan data, Mengelompokkan data sesuai aspek penelitian, Menganalisis aspek pemasaran dan lingkungan usaha, Menarik kesimpulan mengenai kelayakan bisnis Grosir Munir. Analisis dilakukan berdasarkan indikator aspek pemasaran yang meliputi: Produk, Harga, Tempat, Promosi Serta aspek lingkungan usaha yang meliputi: Lingkungan internal, Lingkungan eksternal, Persaingan usaha, Kondisi ekonomi dan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pemasaran Grosir Munir berada dalam kategori layak. Hal ini ditunjukkan oleh kemampuan usaha dalam mengidentifikasi segmen pasar yang jelas, menentukan target pasar yang sesuai, serta menerapkan strategi

pemasaran yang mendukung peningkatan penjualan. Menurut konsep studi kelayakan bisnis, keberhasilan aspek pemasaran ditentukan oleh kemampuan usaha dalam memahami kebutuhan konsumen, menyusun strategi harga yang kompetitif, serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Kondisi ini telah diterapkan oleh Grosir Munir melalui penyediaan produk yang lengkap, harga yang relatif murah, dan pelayanan yang baik. Temuan ini sejalan dengan penelitian mengenai kelayakan UMKM yang menyatakan bahwa strategi pemasaran yang tepat mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Selain itu, lokasi usaha yang strategis menjadi faktor pendukung keberhasilan pemasaran. Lokasi yang mudah dijangkau meningkatkan aksesibilitas pelanggan sehingga dapat meningkatkan frekuensi pembelian. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian studi kelayakan bisnis di Kota Medan yang menempatkan lokasi sebagai faktor penting dalam keberhasilan usaha. Dari aspek lingkungan usaha, Grosir Munir juga dinilai layak untuk dikembangkan. Lingkungan ekonomi Kota Medan yang terus berkembang memberikan peluang pasar yang luas bagi usaha perdagangan kebutuhan pokok. Permintaan terhadap produk sembako cenderung stabil karena merupakan kebutuhan dasar masyarakat. Dari sisi lingkungan sosial, keberadaan Grosir Munir memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui penyediaan barang kebutuhan pokok dengan harga terjangkau dan penciptaan lapangan kerja. Hal ini menunjukkan adanya dampak sosial positif dari keberadaan usaha.



Gambar 2. Diagram Hasil Analisis Kelayakan Bisnis Grosir Munir.

Walaupun menghadapi persaingan yang cukup ketat dari minimarket modern dan marketplace online, Grosir Munir masih memiliki keunggulan kompetitif berupa harga grosir yang lebih murah, fleksibilitas pelayanan, dan hubungan yang baik dengan pelanggan. Penelitian mengenai persaingan grosir dan minimarket di Kota Medan juga menunjukkan bahwa strategi harga dan kedekatan dengan konsumen menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Dari aspek teknologi, usaha perlu meningkatkan pemanfaatan media digital untuk promosi dan pengelolaan usaha. Digitalisasi menjadi kebutuhan penting dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Berbagai penelitian

menunjukkan bahwa adaptasi teknologi dan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing serta memperluas pangsa pasar UMKM



Gambar 3. Toko grosir Munir

Penelitian mengenai studi kelayakan bisnis menunjukkan bahwa lokasi usaha yang strategis menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha perdagangan.

Tabel 1. Hasil Analisis Aspek Pemasaran Grosir Munir

No.	Indikator	Kondisi Aktual	Kriteria
1.	Segmentasi Pasar	Melayani rumah tangga, pedagang eceran, UMKM, dan instansi	Baik
2.	Target Pasar	Masyarakat Kota Medan dan pedagang kecil	Baik
3.	Produk	Menyediakan sembako dan kebutuhan rumah tangga yang lengkap	Sangat Baik
4.	Harga	Harga grosir lebih murah dibanding pengecer	Sangat Baik
5.	Lokasi	Mudah dijangkau kendaraan dan pelanggan	Baik
6.	Promosi	Menggunakan WhatsApp, Facebook, dan promosi mulut ke mulut	Baik
7.	Pelayanan	Pelayanan cepat dan ramah	Baik

Berdasarkan hasil observasi, produk yang dipasarkan Grosir Munir cukup beragam, mulai dari beras, gula, minyak goreng, tepung, minuman kemasan, produk kebersihan, hingga kebutuhan rumah tangga lainnya. Kelengkapan produk menjadi salah satu faktor yang menarik minat konsumen untuk berbelanja.

Lingkungan usaha dianalisis melalui lingkungan ekonomi, sosial, persaingan, teknologi, dan regulasi. Aspek lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha karena berkaitan dengan kondisi internal maupun eksternal seperti sosial budaya, teknologi, dan perubahan ekonomi.

Tabel 2. Hasil Analisis Lingkungan Usaha Grosir Munir

No.	Faktor Lingkungan	Kondisi Aktual	Kriteria
1.	Lingkungan Ekonomi	Permintaan kebutuhan pokok relatif stabil	Baik

2.	Lingkungan Sosial	Diterima masyarakat sekitar	Baik
3.	Persaingan	Terdapat pesaing grosir dan minimarket modern	Cukup Baik
4.	Teknologi	Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi	Baik
5.	Regulasi	Memiliki izin usaha dan mematuhi aturan perdagangan	Baik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap produk sembako di Kota Medan cenderung stabil karena merupakan kebutuhan primer. Kondisi tersebut menjadi peluang yang mendukung keberlangsungan usaha Grosir Munir.

Tabel 3. Rekapitulasi Kelayakan Usaha Grosir Munir

No.	Aspek Penilaian	Skor (%)	Kategori
1.	Aspek Pemasaran	86%	Sangat Layak
2.	Aspek Lingkungan Usaha	82%	Layak
Rata-rata		84%	Sangat Layak

Berdasarkan hasil rekapitulasi, aspek pemasaran memperoleh nilai 86% dan aspek lingkungan usaha memperoleh nilai 82%. Dengan rata-rata sebesar 84%, usaha Grosir Munir termasuk dalam kategori sangat layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian tentang studi kelayakan bisnis UMKM yang menyatakan bahwa kualitas dan kelengkapan produk merupakan faktor utama dalam menarik minat konsumen.

Tabel 4. Keunggulan Pemasaran Grosir Munir

No.	Faktor	Kondisi Aktual	Dampak Terhadap Usaha
1.	Produk	Lengkap dan beragam	Meningkatkan kepuasan pelanggan
2.	Harga	Lebih murah dibanding pengecer	Menarik pelanggan grosir
3.	Lokasi	Strategis	Memudahkan akses pelanggan
4.	Promosi	Media sosial dan rekomendasi pelanggan	Meningkatkan jumlah konsumen
5.	Pelayanan	Cepat dan ramah	Meningkatkan loyalitas pelanggan

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa seluruh unsur bauran pemasaran telah berjalan dengan baik sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha.

Tabel 5. Analisis Lingkungan Usaha Grosir Munir

No.	Faktor Lingkungan	Peluang	Ancaman
1.	Ekonomi	Kebutuhan pokok terus meningkat	Inflasi harga barang
2.	Sosial	Pertumbuhan jumlah penduduk	Perubahan pola konsumsi
3.	Teknologi	Promosi digital semakin mudah	Persaingan

			marketplace
4.	Persaingan	Pasar masih luas	Minimarket dan grosir modern
5.	Regulasi	Dukungan pemerintah bagi UMKM	Perubahan kebijakan perdagangan

Tabel 5 menunjukkan bahwa peluang usaha masih lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Oleh karena itu, Grosir Munir masih memiliki prospek yang baik untuk berkembang.

Sub Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Grosir Munir memiliki kondisi pemasaran yang baik. Segmentasi pasar yang luas memungkinkan usaha menjangkau berbagai kelompok konsumen, mulai dari rumah tangga hingga pelaku UMKM. Kejelasan target pasar membantu perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dari sisi produk, Grosir Munir menawarkan variasi barang yang lengkap sehingga mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dalam satu tempat. Kondisi ini sesuai dengan konsep studi kelayakan bisnis yang menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh kemampuan usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi harga yang lebih rendah dibandingkan pengecer menjadi keunggulan kompetitif utama. Harga yang kompetitif mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar sehingga meningkatkan volume penjualan. Selain itu, lokasi usaha yang mudah dijangkau memperkuat daya tarik usaha bagi masyarakat sekitar Kota Medan. Promosi yang dilakukan melalui media sosial dan komunikasi langsung juga menunjukkan efektivitas dalam memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dapat meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan bisnis modern.

Berdasarkan hasil penelitian, lingkungan usaha Grosir Munir tergolong mendukung keberlangsungan bisnis. Dari aspek ekonomi, tingginya kebutuhan masyarakat terhadap bahan pokok memberikan peluang pasar yang berkelanjutan. Produk yang dijual merupakan kebutuhan sehari-hari sehingga permintaannya relatif stabil.

Dari aspek sosial, keberadaan Grosir Munir memberikan manfaat bagi masyarakat melalui penyediaan barang kebutuhan pokok dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, usaha ini turut menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Persaingan dengan minimarket modern dan toko grosir lainnya memang menjadi tantangan utama. Namun, hubungan personal dengan pelanggan, fleksibilitas pelayanan, dan harga yang lebih kompetitif menjadi faktor yang mampu mempertahankan loyalitas konsumen. Pada aspek teknologi, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menunjukkan bahwa usaha telah beradaptasi dengan perkembangan digital. Adaptasi teknologi menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing bisnis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Grosir Munir memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang. Keunggulan utama usaha terletak pada: 1. Kelengkapan produk yang ditawarkan, 2. Harga yang kompetitif, 3. Lokasi usaha yang strategis. 4. Permintaan pasar yang stabil, 5. Hubungan yang baik dengan pelanggan, 6. Lingkungan usaha yang mendukung. Namun demikian, beberapa hal yang perlu ditingkatkan

adalah digitalisasi pemasaran, sistem pencatatan penjualan berbasis teknologi, dan penguatan strategi promosi agar mampu menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Studi Kelayakan Bisnis Grosir Munir Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Lingkungan Usaha di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa usaha Grosir Munir layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis pada aspek pemasaran dan lingkungan usaha yang berada dalam kategori layak hingga sangat layak. Pada aspek pemasaran, Grosir Munir memiliki segmentasi dan target pasar yang jelas, yaitu masyarakat umum, pedagang eceran, dan pelaku UMKM. Strategi pemasaran yang diterapkan melalui penyediaan produk yang lengkap, harga yang kompetitif, lokasi usaha yang strategis, serta pelayanan yang baik mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi turut mendukung peningkatan jangkauan pasar dan daya saing usaha.

Pada aspek lingkungan usaha, kondisi ekonomi dan sosial di Kota Medan memberikan peluang yang baik bagi perkembangan usaha grosir karena kebutuhan masyarakat terhadap barang kebutuhan pokok relatif stabil. Meskipun terdapat persaingan dari minimarket modern, supermarket, dan platform perdagangan daring, Grosir Munir tetap memiliki keunggulan melalui harga yang lebih terjangkau, pelayanan yang fleksibel, dan hubungan yang baik dengan pelanggan. Dukungan lingkungan sosial serta kepatuhan terhadap regulasi usaha juga menjadi faktor pendukung keberlangsungan bisnis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Grosir Munir memiliki prospek yang baik untuk berkembang di masa mendatang. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, diperlukan peningkatan pemanfaatan teknologi digital, penguatan strategi promosi, serta pengelolaan usaha yang lebih modern dan profesional. Dengan demikian, Grosir Munir dapat mempertahankan eksistensinya dan meningkatkan kinerja usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi dalam penyusunan penelitian ini, khususnya kepada:

1. Pimpinan dan seluruh dosen pada institusi pendidikan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan, serta bimbingan selama proses perkuliahan dan penelitian.
2. Pemilik dan seluruh karyawan Grosir Munir Kota Medan yang telah memberikan izin penelitian, informasi, serta data yang diperlukan selama proses pengumpulan data.
3. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penelitian ini.
4. Orang tua, keluarga, dan sahabat yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, motivasi, serta semangat kepada penulis selama penyusunan penelitian.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan studi kelayakan bisnis, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia Kharisma Putri, & Latifah, L. (2024). *Aspek Lingkungan Dalam Studi Kelayakan Bisnis (Studi Kasus UMKM Desa Srowo Kabupaten Gresik).* Brilliant: Journal Of Islamic Economics And Finance, 2(2), 164–174.

Nugraha, D., & Solekah, N. (2024). *Implementasi Studi Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Hukum, Lingkungan, Pasar Dan Pemasaran.* Maliki Interdisciplinary Journal, 2(4).

Wati, T. N., Rahma, M., Napisah, S., Salsabela, B. S., & Salim, M. F. N. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia Dan Aspek Lingkungan Pada Pabrik Air Minum Bersih (PT. Bumi Daha Sejahtera).* Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak, 1(4), 210–219.

Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2024). *Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan.* Journal Of Economics Management Business And Accounting, 3(2).

Dhiba, N. F., Salsabila, R., & Nurhasanah, S. (2024). *Aspek Pasar.* Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi, 10(10), 61–70.

Rohaini, J., & Rohman, A. (2024). *Analysis Of Business Feasibility Study In Terms Of Market And Marketing Aspects At Al Barokah Food Stall Bangkalan.* Al-Muamalah: Jurnal Ekonomi Islam, Filantropi Dan Perbankan Syariah, 1(1), 17–30.

Hasyim, S. H. (2022). *Analisis Kelayakan Usaha Ditinjau Dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus Pada Warung Bakso Bagus Kecamatan Rappocini).* Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies, 3(2), 429–436.

Nohekhan, M., & Barzegar, M. (2024). *Impact Of Green Marketing Strategy On Brand Awareness: Business, Management, And Human Resources Aspects.* Journal Of Business And Management Studies.

Kurniawan, A., & Sunitiyoso, Y. (2024). *New Business Model For Sustainable Retail Company Using Design Thinking Concept.* International Journal Of Business Innovation.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Kasmir. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Rajawali Pers.

Sunyoto, D. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis.* Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2024). *Marketing Management* (Global Edition). New York: Pearson Education.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2023). *Pemasaran Strategik: Mengupas Strategi Pemasaran, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Dan E-Marketing.* Yogyakarta: Andi.

Setyawan, N. A., Utami, H., Nugroho, B. S., Ayuwardani, M., & Suharmanto. (2022). *Analysis Of The Driving Factors Of Implementing Green Supply Chain Management In SME In The City Of Semarang.* Journal Of Sustainable Business Development.