



Analisis Aspek Pasar sebagai Pilar Utama dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha

Adinda Khairunisa Ahmadi^{1*}, Dina Fakhira², Nabila Intan Sahfira³, Reza
Novriansah Siahaan⁴, Nadila Syahputri⁵, Mutiah Khaira Sihotang⁶

¹⁻⁶Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Email : adindakhairunisa77@gmail.com, dina.fakhira0405@gmail.com, nabilasahfira9@gmail.com,
rezasiahanaan973@gmail.com, nadilasyahputri123@gmail.com, mutiahkhaira@umsu.ac.id

Alamat: Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan,
Sumatera Utara 20238

Korespondensi penulis: adindakhairunisa77@gmail.com*

Abstract. *The market aspect plays a strategic role in business feasibility studies, serving as a fundamental basis for assessing the potential success of a business. This study aims to analyze market aspects, including demand potential, segmentation, competition, and consumer behavior, as the primary pillar to support business sustainability. This research employs a qualitative method based on literature studies by reviewing various sources such as scholarly journals, industry reports, and other relevant documents. The findings indicate that understanding market dynamics provides substantial competitive advantages, particularly in designing marketing strategies responsive to consumer needs and market changes. The literature analysis also highlights that business success heavily depends on the ability of business actors to comprehend market trends, anticipate competition, and effectively leverage opportunities. These findings have significant implications in assisting business practitioners, investors, and policymakers in developing data-driven business strategies that support long-term sustainability. This study emphasizes the importance of market aspects as a fundamental element in every business feasibility study, focusing not only on profitability but also on business resilience amidst complex market dynamics.*

Keywords: *Market Analysis, Business Feasibility, Business Sustainability.*

Abstrak. Aspek pasar memiliki peran strategis dalam studi kelayakan bisnis, menjadi fondasi utama dalam menilai potensi keberhasilan suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek pasar, meliputi potensi permintaan, segmentasi, persaingan, dan perilaku konsumen, sebagai pilar utama untuk mendukung kelangsungan usaha. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi literatur, dengan mengkaji berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, dan dokumen relevan lainnya. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap dinamika pasar memberikan keuntungan kompetitif yang substansial, terutama dalam merancang strategi pemasaran yang responsif terhadap kebutuhan konsumen dan perubahan pasar. Analisis literatur juga menegaskan bahwa keberhasilan bisnis sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk memahami tren pasar, mengantisipasi persaingan, dan memanfaatkan peluang secara efektif. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam membantu pelaku usaha, investor, dan pembuat kebijakan untuk menyusun strategi bisnis berbasis data yang mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Kajian ini menekankan pentingnya aspek pasar sebagai elemen fundamental dalam setiap studi kelayakan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga daya tahan usaha di tengah dinamika pasar yang kompleks.

Kata kunci: Analisis Pasar, Kelayakan Bisnis, Kelangsungan Usaha.

1. LATAR BELAKANG

Pasar memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis, sebagai salah satu faktor penentu utama bagi keberhasilan atau kegagalan suatu usaha. Aspek pasar tidak hanya mencakup potensi permintaan produk atau jasa, tetapi juga melibatkan faktor-faktor lain seperti segmentasi pasar, perilaku konsumen, persaingan, serta perubahan tren yang terjadi di pasar tersebut (Rahmadana 2021). Untuk itu, analisis pasar yang menyeluruh menjadi elemen krusial dalam studi kelayakan bisnis. Tanpa pemahaman yang mendalam terhadap aspek pasar, perusahaan berisiko menghadapi kegagalan dalam menyusun strategi bisnis yang efektif, yang pada akhirnya berpengaruh pada kelangsungan usaha jangka panjang.

Studi kelayakan bisnis sendiri merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha layak untuk dilaksanakan berdasarkan sejumlah faktor, termasuk aspek pasar (Ramadhona 2021). Dalam hal ini, analisis pasar menjadi salah satu bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dalam kajian kelayakan, karena faktor pasar memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan yang akan diambil oleh pelaku usaha atau investor.

Banyak penelitian sebelumnya yang telah menyoroti pentingnya analisis pasar dalam kelayakan bisnis. Menurut (Yulius and Sufeno 2024), pemahaman yang baik mengenai segmentasi pasar dan perilaku konsumen dapat memberikan panduan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Penelitian lain oleh (Mushkevych 2022) mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang terus berubah.

Namun, meskipun penelitian telah membahas tentang pentingnya analisis pasar dalam kelayakan bisnis, terdapat kesenjangan atau gap dalam kajian tersebut, terutama dalam hal penerapan pendekatan yang lebih komprehensif dan berbasis data literatur. Banyak penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada analisis pasar secara terpisah atau hanya berdasarkan pendekatan kualitatif atau kuantitatif saja. Padahal, gabungan keduanya dengan memperhatikan hasil dari studi literatur yang ada dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan mendalam mengenai pentingnya aspek pasar dalam keberlanjutan usaha. Selain itu, dalam dunia bisnis yang terus berubah ini, penting bagi penelitian untuk memberikan perspektif baru yang lebih relevan dengan kondisi pasar saat ini, seperti dampak digitalisasi, teknologi baru, serta globalisasi yang membawa perubahan besar dalam cara konsumen berinteraksi dengan bisnis.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya untuk menggabungkan berbagai sumber literatur dalam menganalisis aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, penelitian ini tidak hanya mengkaji teori-teori dasar tentang pasar dan kelayakan bisnis, tetapi juga mencari koneksi antar temuan-temuan yang ada untuk menemukan pola-pola baru yang dapat diadaptasi dalam konteks pasar yang semakin dinamis. Hal ini menjadi penting karena banyak pelaku usaha dan investor yang kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang begitu cepat. Melalui kajian literatur yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan wawasan yang lebih aplikatif dan praktis dalam mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data pasar yang akurat.

Dinamika pasar yang terus berubah memaksa pelaku bisnis untuk tidak hanya berfokus pada aspek internal usaha, tetapi juga secara aktif memonitor dan menganalisis perkembangan pasar eksternal. Pemahaman yang mendalam terhadap kondisi pasar akan membantu perusahaan untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat, serta memperpanjang siklus hidup produk atau jasa yang ditawarkan. Sebagai ilustrasi, perusahaan yang berhasil memahami preferensi konsumen yang berubah dapat menyesuaikan produk mereka dengan keinginan pasar, sedangkan yang tidak peka terhadap perubahan ini dapat tertinggal dan kehilangan pangsa pasar. Oleh karena itu, analisis pasar yang terus-menerus, berdasarkan data dan penelitian yang valid, sangat penting untuk mengantisipasi tren pasar yang baru dan merumuskan strategi yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut dengan menggali lebih dalam mengenai bagaimana aspek pasar dapat menjadi pilar utama dalam mendukung kelayakan bisnis, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik bisnis yang lebih relevan dengan kondisi pasar yang ada. Melalui analisis literatur, diharapkan penelitian ini dapat menawarkan pemahaman baru yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara analisis pasar dan kelayakan bisnis, dengan fokus pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi bagi pengusaha, investor, maupun pembuat kebijakan yang perlu memperhitungkan aspek pasar dalam merancang strategi bisnis yang tangguh dan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar.

Dengan demikian, urgensi penelitian ini sangat besar, karena dapat membantu perusahaan untuk mengoptimalkan keputusan bisnis yang lebih berbasis data, mengurangi risiko kegagalan, dan meningkatkan daya saing dalam pasar yang terus berkembang. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada dengan

memberikan pendekatan yang lebih menyeluruh dalam melihat aspek pasar sebagai bagian integral dari studi kelayakan bisnis yang tidak hanya berfokus pada profitabilitas, tetapi juga pada kelangsungan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

2. KAJIAN TEORITIS

Analisis Pasar dalam Studi Kelayakan Bisnis

Analisis pasar merupakan langkah awal yang krusial dalam studi kelayakan bisnis. Teori pemasaran menyatakan bahwa untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, perusahaan harus memahami terlebih dahulu pasar sasaran mereka (Apriyani 2022). Pemahaman ini meliputi identifikasi segmen pasar yang potensial, analisis perilaku konsumen, serta pengamatan terhadap faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi permintaan. Dalam hal ini, analisis pasar tidak hanya fokus pada identifikasi konsumen, tetapi juga pada tren pasar yang sedang berkembang.

Potensi permintaan menjadi elemen penting dalam analisis pasar. Sebuah pasar yang besar dan berkembang dapat memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk berkembang. Oleh karena itu, analisis terhadap permintaan pasar, termasuk fluktuasi yang mungkin terjadi, dapat membantu perusahaan merencanakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, segmentasi pasar yang tepat akan mempermudah perusahaan dalam mengidentifikasi target pasar yang memiliki potensi tinggi untuk menerima produk atau layanan yang ditawarkan (Elyanto 2020). Selain itu, analisis persaingan juga merupakan bagian integral dari analisis pasar. Menurut (Satwika and Dewi 2019), persaingan di pasar dapat membentuk berbagai strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan. Persaingan yang tinggi biasanya mendorong perusahaan untuk berinovasi dan menawarkan nilai lebih untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai pesaing dan posisi perusahaan di pasar dapat membantu menentukan langkah-langkah strategis yang perlu diambil untuk memastikan kelangsungan usaha.

Kelayakan Bisnis

Kelayakan bisnis secara umum berfokus pada berbagai elemen yang perlu dianalisis untuk menentukan apakah suatu usaha layak dilaksanakan. Evaluasi pasar dalam studi kelayakan bisnis memiliki tujuan untuk memverifikasi apakah produk atau layanan yang ditawarkan dapat diterima di pasar dan apakah perusahaan dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang ada. Kelayakan finansial merupakan salah satu aspek yang sangat

penting dalam studi kelayakan. Dalam hal ini, analisis pasar yang baik dapat memberikan gambaran mengenai potensi pendapatan dan margin keuntungan yang dapat dicapai. Sebuah analisis pasar yang cermat memungkinkan pengusaha atau investor untuk memproyeksikan pendapatan dan menghitung biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi atau menyediakan barang dan jasa. Hal ini juga berkaitan dengan analisis biaya dan risiko investasi yang harus dihitung untuk memastikan bahwa usaha tersebut dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang (Ichsan, Nasution, and Sinaga 2019).

Sedangkan analisis operasional berkaitan dengan seberapa efisien suatu bisnis dapat berjalan setelah diluncurkan. Kondisi pasar yang stabil dan permintaan yang jelas mempermudah pelaksanaan operasional yang efisien. Oleh karena itu, kelayakan operasional juga bergantung pada pemahaman pasar yang kuat untuk menentukan seberapa baik sumber daya yang dimiliki dapat memenuhi permintaan yang ada.

Kelangsungan Usaha (*Business Sustainability*)

Kelangsungan usaha berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, meskipun menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Kelangsungan suatu usaha tidak hanya bergantung pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan usaha tersebut. Oleh karena itu, untuk mencapai keberlanjutan yang sejati, perusahaan harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan dampaknya terhadap lingkungan, selain meraih keuntungan finansial.

Dalam konteks kelangsungan usaha, analisis pasar menjadi sangat penting untuk membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan tren baru dan potensi pasar yang terus berkembang. Pengusaha yang dapat mengantisipasi perubahan tren pasar, seperti pergeseran dalam preferensi konsumen atau dampak teknologi baru, akan lebih mampu bertahan dalam pasar yang sangat kompetitif (Setiawati et al. 2024). Sebagai contoh, perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform online telah mengubah cara perusahaan beroperasi, sehingga analisis pasar yang cepat dan tepat sangat dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang timbul akibat perubahan ini.

Kelangsungan usaha juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah. Menurut (Muharam 2020), keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan sering kali bergantung pada sumber daya dan kapabilitas internal yang dimiliki perusahaan, serta kemampuannya untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Perusahaan yang tidak dapat beradaptasi dengan dinamika pasar akan cenderung kehilangan posisi kompetitif dan kesulitan dalam mempertahankan eksistensinya di pasar.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan wawasan yang berguna dalam memahami hubungan antara analisis pasar, kelayakan bisnis, dan kelangsungan usaha. Penelitian oleh (Jufrin and Ismunandar 2021) berfokus pada pentingnya analisis pasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman yang mendalam tentang konsumen dan pasar memungkinkan perusahaan untuk merancang produk dan layanan yang sesuai dengan permintaan pasar. Hal ini menjadi dasar dalam studi kelayakan, di mana perusahaan dapat memproyeksikan apakah suatu usaha akan memperoleh penerimaan di pasar atau tidak. Penelitian (Rahmasari 2023) juga menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dapat dicapai melalui pemahaman yang mendalam tentang pasar dan persaingan yang ada. Perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan pasar yang berubah dan berinovasi secara terus-menerus memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Kajian teoritis ini menunjukkan bahwa analisis pasar, kelayakan bisnis, dan kelangsungan usaha sangat terkait satu sama lain. Dalam setiap studi kelayakan bisnis, analisis pasar menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan yang diambil, baik itu untuk memahami potensi permintaan, merancang strategi pemasaran, ataupun menghadapi persaingan. Selain itu, kelangsungan usaha yang berfokus pada keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang sangat bergantung pada pemahaman yang tepat terhadap dinamika pasar yang ada. Oleh karena itu, analisis pasar yang berkelanjutan dan berbasis data sangat penting untuk mendukung kelayakan dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi tantangan yang semakin kompleks.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur untuk menganalisis aspek pasar sebagai pilar utama dalam studi kelayakan bisnis guna mendukung keberlanjutan usaha. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji dan mengeksplorasi konsep-konsep yang relevan melalui sumber-sumber tertulis yang telah ada, seperti jurnal ilmiah, buku, dan dokumen terkait lainnya (Yusanto 2020). Desain penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif, di mana peneliti menganalisis dan menginterpretasikan berbagai literatur yang berkaitan dengan analisis pasar, kelayakan bisnis, dan kelangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan panduan berdasarkan temuan literatur yang ada, yang kemudian dapat diterapkan dalam konteks kelayakan bisnis dan keberlanjutan usaha.

Populasi penelitian ini mencakup seluruh literatur yang relevan dengan topik yang dibahas, termasuk jurnal akademik, artikel, buku yang diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir. Sampel penelitian diambil secara purposive, yaitu memilih literatur yang dianggap paling relevan dan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman analisis pasar dalam studi kelayakan bisnis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yang mencakup pencarian dan pemilihan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Instrumen pengumpulan data berupa daftar literatur yang terdiri dari buku, artikel jurnal, dan laporan penelitian yang relevan. Semua sumber yang digunakan telah dipilih berdasarkan kredibilitas dan relevansi terhadap topik penelitian.

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konten, di mana peneliti mengidentifikasi dan mengekstraksi informasi dari literatur yang dipilih, kemudian mengelompokkan data berdasarkan tema-tema tertentu yang berkaitan dengan aspek pasar, kelayakan bisnis, dan kelangsungan usaha. Data yang diperoleh akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola yang dapat mengarah pada kesimpulan yang valid dan aplikatif.

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis kualitatif berbasis literatur yang menggambarkan hubungan antara aspek pasar, kelayakan bisnis, dan kelangsungan usaha. Secara sederhana, model ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Aspek Pasar → Kelangsungan Usaha → Keberlanjutan Bisnis

Dalam model ini, aspek pasar (termasuk permintaan, segmentasi, persaingan, dan perilaku konsumen) menjadi faktor utama yang mempengaruhi kelangsungan usaha, yang pada gilirannya akan menentukan keberlanjutan bisnis. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemahaman mendalam tentang pasar dapat mempengaruhi keputusan strategis dan keberhasilan jangka panjang suatu usaha.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menganalisis berbagai literatur yang ada, penelitian ini menemukan beberapa hasil penting terkait dengan aspek pasar, kelayakan bisnis, dan keberlanjutan usaha yang dipaparkan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Pentingnya Pemahaman Terhadap Potensi Pasar

Pentingnya pemahaman pasar dalam kelayakan bisnis sering dibahas dalam berbagai literatur. Sebagian besar sumber yang dikaji menekankan bahwa kelayakan bisnis sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang potensi pasar yang ingin dimasuki oleh suatu usaha. Potensi pasar ini meliputi ukuran pasar, tren permintaan, serta kebutuhan dan preferensi konsumen. (Kotler et al. 2021) dalam bukunya *Marketing Management* menyatakan bahwa tanpa pemahaman yang cermat tentang pasar, strategi pemasaran dan pengembangan produk tidak akan berjalan efektif. Pemahaman terhadap pasar memungkinkan perusahaan untuk menentukan harga yang tepat, mengembangkan produk yang sesuai, serta memilih saluran distribusi yang tepat, sehingga dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha dan menjaga keberlanjutannya dalam jangka panjang.

Segmentasi Pasar sebagai Alat untuk Menentukan Target Konsumen

Segmentasi pasar adalah proses pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang serupa. Dalam literatur yang dikaji, banyak penulis yang menekankan pentingnya segmentasi pasar dalam strategi pemasaran. menjelaskan bahwa perusahaan yang dapat memanfaatkan segmentasi pasar secara tepat akan memiliki keuntungan kompetitif yang lebih besar. Pemahaman yang mendalam mengenai segmentasi memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan produk, harga, dan saluran distribusi agar lebih relevan dengan kebutuhan setiap segmen (Cahyani and Fatikha 2023). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa segmentasi yang tepat akan mempermudah perusahaan untuk merancang kampanye pemasaran yang efektif dan

memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Dengan demikian, segmentasi pasar berfungsi sebagai alat penting untuk mendukung kelayakan bisnis dan keberlanjutan usaha.

Persaingan dan Perilaku Konsumen sebagai Faktor Penentu Kelangsungan Usaha

Persaingan pasar yang ketat dapat mengurangi margin keuntungan dan memperkecil peluang bagi perusahaan untuk berkembang. Sebaliknya, perusahaan yang dapat memahami perubahan perilaku konsumen dan beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam jangka panjang. (Keller 2023) dalam bukunya *Building and Managing Corporate Brand Equity*, menekankan bahwa perusahaan yang berfokus pada nilai merek dan hubungan jangka panjang dengan konsumen akan mampu bertahan di tengah persaingan yang intens. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen yang melibatkan preferensi, kebiasaan membeli, dan respons terhadap perubahan pasar sangat penting untuk merancang strategi yang dapat mempertahankan keberlanjutan usaha.

Kelangsungan Usaha dan Keberlanjutan Bisnis

Kelangsungan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pasar dan persaingan, tetapi juga oleh faktor internal perusahaan, seperti manajemen, inovasi, dan efisiensi operasional. Keberlanjutan bisnis lebih dari sekadar menjaga profitabilitas jangka pendek. Kelangsungan usaha bergantung pada kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar, memahami dan merespon kebutuhan konsumen, serta menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Hasil analisis yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aspek pasar merupakan faktor utama dalam menentukan kelayakan bisnis dan keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan berbagai teori yang ada dalam literatur, seperti yang dijelaskan oleh (Rahmadana 2021) mengenai pentingnya analisis pasar sebagai dasar untuk merancang strategi bisnis yang efektif. Pemahaman terhadap potensi pasar, segmentasi yang tepat, serta kemampuan untuk mengantisipasi perubahan perilaku konsumen dan persaingan adalah kunci bagi keberhasilan suatu usaha. Analisis ini juga mengonfirmasi pandangan (Haryono and Octavia 2020) mengenai pentingnya hubungan jangka panjang dengan konsumen dan pembangunan merek yang kuat dalam menghadapi persaingan.

Namun, penelitian ini juga menemukan perbedaan dengan beberapa studi sebelumnya yang lebih fokus pada aspek keuangan dan operasional dalam menilai kelayakan bisnis. Beberapa penelitian sebelumnya menekankan pentingnya analisis biaya dan pendapatan sebagai faktor utama dalam menilai kelayakan usaha. Temuan ini memberikan kontribusi baru dengan menunjukkan bahwa selain faktor finansial, aspek pasar yang meliputi permintaan, segmentasi, persaingan, dan perilaku konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis yang penting.

a. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkaya literatur tentang kelayakan bisnis dan keberlanjutan usaha dengan menekankan pentingnya aspek pasar sebagai faktor utama dalam menentukan kelayakan bisnis. Temuan ini mendukung teori-teori yang ada mengenai pentingnya analisis pasar dan segmentasi dalam merancang strategi bisnis yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga memperkenalkan konsep keberlanjutan usaha yang tidak hanya dilihat dari aspek profitabilitas, tetapi juga dari dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan usaha.

b. Implikasi Praktis

Bagi praktisi bisnis, hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana cara untuk merancang strategi yang dapat memastikan kelangsungan usaha. Pemahaman terhadap pasar yang lebih mendalam akan memungkinkan perusahaan untuk merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk tidak hanya fokus pada faktor internal seperti efisiensi biaya, tetapi juga memperhatikan faktor eksternal seperti dinamika pasar, segmentasi konsumen, dan persaingan. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bahwa keberlanjutan bisnis harus diupayakan melalui strategi yang seimbang antara tujuan finansial, sosial, dan lingkungan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis literatur yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aspek pasar memainkan peran yang sangat penting dalam studi kelayakan bisnis dan keberlanjutan usaha. Pemahaman yang mendalam terhadap dinamika pasar, termasuk potensi permintaan, segmentasi pasar, persaingan, serta perilaku konsumen, sangat menentukan kelayakan dan kelangsungan suatu usaha. Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa kesuksesan suatu bisnis tidak hanya bergantung pada faktor internal seperti efisiensi operasional atau aspek keuangan, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk merespons perubahan pasar secara cepat dan efektif. Analisis pasar yang komprehensif menjadi pilar utama dalam merancang strategi yang mampu mempertahankan daya saing dan memastikan keberlanjutan jangka panjang usaha. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dan investor harus memperhatikan aspek pasar sebagai bagian integral dari studi kelayakan bisnis yang lebih luas.

Saran

Dari temuan penelitian ini, disarankan agar pelaku usaha dan pembuat kebijakan lebih fokus dalam melakukan analisis pasar yang mendalam dan menyeluruh sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Pemahaman yang tepat terhadap karakteristik pasar dan perilaku konsumen akan membantu dalam merancang produk dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Selain itu, perlu diperhatikan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya terkait dengan keuntungan finansial, tetapi juga dengan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usaha. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian lebih lanjut mengkaji hubungan antara keberlanjutan pasar, sosial, dan lingkungan dalam konteks kelayakan bisnis.

Terakhir, keterbatasan dari penelitian ini adalah hanya mengandalkan studi literatur yang dapat memiliki bias tergantung pada sumber yang digunakan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan melakukan studi empiris atau analisis data pasar yang lebih spesifik untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar dalam konteks kelayakan dan keberlanjutan bisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Apriyani, I. (2022). Analisis teori pemasaran. *Jurnal Pusdansi*, 2(6).
- Cahyani, A. G., & Fatikha, S. (2023). Strategi segmentasi pasar yang efektif. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 9(17).
- Elyanto, D. P. (2020). Aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bisnis. *Aspek Pasar*, 2.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1).
- Ichsan, R. N., Nasution, L., & Sinaga, S. (2019). Studi kelayakan bisnis (Business feasibility study). CV. Manji Medan.
- Jufrin, J., & Ismunandar, I. (2021). Analisis pengaruh segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian produk di Kedai Kopi Makembo. *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://doi.org/10.53712/jmm.v6i2.1175>
- Keller, K. L. (2023). Building and managing corporate brand equity. In *The expressive organization*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2021). *Marketing management*.
- Muharam, D. R. (2020). Penerapan konsep resources-based view (RBV) dalam upaya mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1), 82–95. <https://doi.org/10.31113/jia.v14i1.4>
- Mushkevych, Y. V. (2022). The role of strategic planning in effective management of domestic enterprises. *Economies' Horizons*, 3(21). [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(21\).2022.263137](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(21).2022.263137)
- Rahmadana. (2021). Analisis aspek pasar dan pemasaran. *Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran* (90500120045).
- Rahmasari, S. (2023). Strategi adaptasi bisnis di era digital: Menavigasi perubahan meningkatkan keberhasilan organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3).
- Ramadhona, I. (2021). Analisis aspek hukum studi kelayakan bisnis. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Negeri Alauddin Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia.
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2019). Pengaruh orientasi pasar serta inovasi terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3).
- Setiawati, I., Nafingah, S., Zahra, R. A., Trilatifah, F., & Sejati, A. (2024). Analisis pasar dan finansial sebagai penentu keberlanjutan usaha mouthwash tablet berbahan alami.

Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 10, 3671–3679.

Yulius, K. G., & Sufeno, V. G. (2024). Analisis aspek pemasaran restoran cloud kitchen Tacokuy di Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jhp.v10i1.5208>

Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication (JSC)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>