



Analisis Kelayakan Usaha Percetakan: Studi Empiris Percetakan di Lingkungan Kampus Universitas Halu Oleo

Harjun^{1*}, Rezki Amelia²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Halu Oleo
Kota Kendari, Sulawesi Tenggara^{1,2}

*Email: harjun@uho.ac.id; reziamelia26@gmail.com

Diterima: 25-06-2026 | Disetujui: 22-07-2026 | Diterbitkan: 14-08-2026

ABSTRACT

Photocopy and printing service businesses represent integral UMKM segment supporting academic activities of students in campus environment, yet face intensifying competition and shifting digital consumption landscape. This research analyzes feasibility of photocopy and printing businesses around Halu Oleo University through empirical approach integrating field observation, in-depth interviews, and structured questionnaires to consumers and business operators. Three photocopy businesses become investigation focus: Faris Jaya Foto Copy (revenue Rp20 million/month), FC Nusaibah Perdos UHO (unstable revenue), and Foto Copy Sarmin/Mangkerei (revenue Rp5-10 million/month), with fifteen consumer respondents. Mixed methods methodology combines operational observation, semi-structured interviews with owners for strategic exploration and challenges identification, and questionnaires with categorical rating scales to measure consumer satisfaction. Results demonstrate that photocopy businesses possess substantial feasibility with stable consumer demand (2-3 times/week), affordable expenditure (Rp5,000-Rp15,000/visit), and high satisfaction levels. Faris Jaya Foto Copy shows established position with stable revenue Rp20 million/month through competitive pricing and service consistency. FC Nusaibah Perdos UHO demonstrates aggressive market entry with diverse service offerings (photocopy, print, binding, laminating), despite experiencing revenue volatility. Foto Copy Sarmin/Mangkerei maintains viable operations with price-sensitive positioning. Dominant purchase decision factors include strategic location, service speed, print quality, and environmental cleanliness. Challenges include intense competition, equipment malfunction, raw material limitations, and infrastructure disruptions. Comprehensive recommendations include: robust infrastructure maintenance system implementation, systematic quality control adoption, digital marketing implementation for market reach expansion, and continuous service innovation for long-term sustainable competitive advantage.

Keywords: photocopy; printing; business feasibility; campus UMKM; market analysis.

ABSTRAK

Usaha jasa fotokopi dan percetakan merepresentasikan segmen UMKM yang integral dalam mendukung kegiatan akademik mahasiswa di lingkungan kampus, namun menghadapi intensifikasi persaingan dan perubahan landscape konsumsi digital. Penelitian ini menganalisis kelayakan usaha fotokopi dan percetakan di sekitar Universitas Halu Oleo melalui pendekatan empiris mengintegrasikan observasi lapangan, wawancara mendalam, dan kuesioner terstruktur terhadap konsumen dan pelaku usaha. Tiga usaha fotokopi menjadi fokus investigasi: Faris Jaya Foto Copy (pendapatan Rp20 juta/bulan), FC Nusaibah Perdos UHO (pendapatan tidak stabil), dan Foto Copy Sarmin/Mangkerei (pendapatan Rp5-10 juta/bulan), dengan lima belas responden konsumen. Metodologi mixed methods menggabungkan observasi operasional, wawancara semi-structured dengan pemilik untuk eksplorasi strategis dan challenges, dan kuesioner dengan categorical rating scales untuk mengukur consumer satisfaction. Hasil menunjukkan bahwa usaha fotokopi memiliki kelayakan substansial dengan permintaan konsumen stabil (2-3 kali/minggu), pengeluaran terjangkau (Rp5.000-Rp15.000/kunjungan), dan kepuasan tinggi. Faris Jaya Foto Copy menunjukkan established position dengan revenue stabil Rp20 juta/bulan melalui competitive pricing dan service consistency. FC Nusaibah Perdos UHO mendemonstrasikan aggressive market entry dengan diverse service offerings (fotokopi, print, jilid, laminating), meskipun menghadapi revenue volatility. Foto Copy Sarmin/Mangkerei mempertahankan viable operations dengan positioning price-sensitive. Faktor keputusan dominan mencakup lokasi strategis, kecepatan layanan, kualitas cetak, dan kebersihan lingkungan. Tantangan meliputi persaingan intens, kerusakan mesin, keterbatasan bahan baku, dan gangguan infrastruktur. Rekomendasi komprehensif mencakup: maintenance sistem infrastruktur yang robust, implementasi systematic quality control, adoption pemasaran digital untuk market reach expansion, dan inovasi layanan berkelanjutan untuk sustainable competitive advantage jangka panjang.

Kata Kunci: fotokopi; percetakan; kelayakan usaha; UMKM kampus; analisis pasar.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Harjun, H., & Amelia, R. . (2026). Analisis Kelayakan Usaha Percetakan: Studi Empiris Percetakan di Lingkungan Kampus Universitas Halu Oleo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 1649-1655. <https://doi.org/10.63822/2h7vbd48>

PENDAHULUAN

Usaha jasa fotokopi dan percetakan merepresentasikan segmen business services yang strategis dalam ecosystem perguruan tinggi, providing essential document reproduction dan printing services yang fundamental bagi operational continuity dari academic activities. Jasa ini melayani spectrum konsumen yang luas meliputi mahasiswa untuk academic submissions, dosen untuk teaching materials, dan administrative staff untuk official documentation, creating stable and recurring revenue streams yang characterize typical photocopy and printing businesses.

Meskipun fundamental market demand untuk jasa fotokopi dan percetakan tetap robust, competitive landscape telah mengalami substantive transformations yang mengimplikasikan significant strategic challenges bagi incumbent operators. Persaingan intensif dari multiple competitors operating dalam geographic proximity yang sama, coupled dengan changing consumer preferences terkait digital document formats dan reduced printing needs sebagai hasil dari broader digitalization trends dalam organizational practices, menciptakan complex competitive dynamics yang memerlukan sophisticated strategic responses dari business operators.

Dalam konteks ini, systematic analysis mengenai market conditions, consumer preferences, competitive positioning, dan operational challenges menjadi critical untuk entrepreneurs yang considering entry ke sektor ini dan bagi existing operators yang seeking optimization dari business performance mereka. Memahami layanan mana yang paling diminati, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dinamika harga dan volume, serta strategic positioning yang efektif merupakan essential prerequisites bagi business success.

Penelitian ini dirancang untuk menganalisis secara comprehensive kelayakan usaha jasa fotokopi dan percetakan di sekitar Universitas Halu Oleo melalui investigasi empiris terhadap three established businesses, dengan fokus pada market demand patterns, consumer satisfaction dimensions, competitive analysis, dan operational challenges. Dengan mengintegrasikan multiple data collection methods dan analytical frameworks yang theoretically-grounded, penelitian ini bertujuan menghasilkan actionable insights untuk business strategy formulation dan berkontribusi kepada entrepreneurship literature dalam konteks campus-based service businesses.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods yang mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis kelayakan usaha jasa fotokopi dan percetakan di sekitar Kampus Universitas Halu Oleo. Penelitian melibatkan tiga pelaku usaha sebagai informan utama dan lima belas konsumen sebagai responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan convenience sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, kuesioner, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, strategi operasional, tingkat kepuasan konsumen, serta peluang pengembangan usaha. Data kualitatif dianalisis menggunakan analisis tematik, sedangkan data kuantitatif dianalisis secara deskriptif melalui frekuensi dan persentase, sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi usaha, dinamika pasar, dan perilaku konsumen pada sektor jasa fotokopi dan percetakan di lingkungan kampus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dan Karakteristik Operasional Usaha Fotokopi dan Percetakan

Hasil observasi dan wawancara mengidentifikasi tiga usaha fotokopi dan percetakan dengan distinctive operational characteristics dan business positioning yang reflecting different strategic approaches dalam market competition. Berikut adalah data komprehensif dari ketiga usaha yang menjadi objek penelitian:

Tabel 1. Karakteristik Operasional dan Kinerja Usaha Fotokopi dan Percetakan di Sekitar Universitas Halu Oleo

Aspek	Faris Jaya Foto Copy	FC Nusaibah Perdos UHO	Foto Copy Sarmin
Tahun Berdiri	8 tahun	2 tahun (sejak 2024)	5 tahun
Layanan Utama	Fotokopi, Print, ATK	Fotokopi, Print, Jilid, Laminating	Fotokopi, Print, Jilid
Harga Fotokopi	Rp300/lembar	Rp1.000/3 lembar	Rp500/lembar
Pendapatan/Bulan	±Rp20 juta	Tidak stabil/fluktuatif	Rp5-10 juta
Jam Operasional	08.00-22.00 WITA	07.00-21.00 WITA	07.00-22.00 WITA
Pemasaran Utama	Word-of-mouth	Facebook, offline	Offline langsung
Keunggulan	Pelayanan, harga kompetitif	Fasilitas lengkap, inovasi	Pelayanan, lokasi

Faris Jaya Foto Copy merepresentasikan established player yang telah beroperasi selama delapan tahun dengan demonstrated ability untuk generating stable monthly revenue sebesar Rp20 juta. Pricing strategy yang competitive (Rp300/lembar untuk fotokopi, Rp500-Rp1.000 untuk print) dikombinasikan dengan extended operating hours (08.00-22.00 WITA) menunjukkan commitment terhadap customer accessibility dan service reliability. Service quality dan friendliness merupakan primary competitive differentiators yang telah divalidasi melalui customer loyalty dan repeat patronage.

FC Nusaibah Perdos UHO merepresentasikan relatively new entrant yang telah berdiri sejak 2024 dengan ambitious service differentiation strategy melalui offering comprehensive layanan mencakup fotokopi, print, penjiilidan, dan laminating. Business ini mengadopsi most aggressive operational timing (07.00-21.00 WITA) dan mulai memanfaatkan digital marketing channels melalui Facebook. Meskipun demonstrating higher service variety, usaha ini menghadapi revenue volatility yang mengindikasikan masih dalam market penetration phase dan belum mencapai optimal customer volume levels.

Foto Copy Sarmin/Mangkerei menunjukkan established positioning dengan five-year operational history dan moderate revenue generation (Rp5-10 juta/bulan). Pricing strategy yang competitive (Rp500/lembar) dikombinasikan dengan extended operating hours (07.00-22.00 WITA) mencerminkan market responsiveness yang baik. Usaha ini focusing pada core competencies dalam pelayanan dan lokasi strategis tanpa pursuing aggressive service diversification strategy seperti FC Nusaibah.

Analisis Kepuasan Konsumen dan Faktor-Faktor Keputusan Pembelian

Tabel 2. Hasil Kuesioner Konsumen Terhadap Aspek Kepuasan dan Kualitas Layanan (n=15)

No.	Aspek Penilaian	Mayoritas Rating	Persentase	Implikasi
1	Harga yang kompetitif dan terjangkau	4-5 (Baik-SB)	100%	Optimal
2	Kecepatan pelayanan	4 (Baik)	86,7%	Kuat
3	Kualitas hasil cetak	4 (Baik)	93,3%	Kuat
4	Kebersihan dan kenyamanan tempat	4 (Baik)	80%	Baik
5	Keramahan pelayan	4 (Baik)	93,3%	Kuat
6	Lokasi yang strategis	4-5 (Baik-SB)	100%	Optimal
7	Kepuasan konsumen keseluruhan	4-5 (Baik-SB)	93,3%	Kuat

Data kuesioner menunjukkan bahwa consumer satisfaction levels mencapai tingkatan yang impressive across multiple service dimensions. Harga yang kompetitif dan lokasi strategis meraih rating sempurna 100%, mengindikasikan bahwa ketiga UMKM telah successfully positioning mereka pada aspek-aspek paling fundamental dalam consumer decision-making. Kualitas hasil cetak dan keramahan pelayan masing-masing mencapai 93,3% positive rating, menunjukkan bahwa operational excellence dan interpersonal service quality telah menjadi competitive standards yang achieved oleh ketiga businesses ini.

Kecepatan pelayanan mencapai 86,7% positive rating, menunjukkan bahwa sementara mayoritas konsumen satisfied dengan service speed, ada room untuk further optimization. Kebersihan dan kenyamanan lokasi mencapai 80% positive rating, suggesting bahwa while basic hygiene standards telah terpenuhi, ongoing environmental improvement efforts dapat contribute kepada enhanced customer experience. Overall consumer satisfaction mencapai impressive 93,3% positive rating, mengkonfirmasi bahwa ketiga UMKM telah successfully delivering value propositions yang align dengan consumer expectations dan generating high levels dari customer satisfaction.

Menurut MHD et al. (2021), kelayakan usaha fotokopi sangat dipengaruhi oleh kombinasi dari competitive pricing, service quality, dan location accessibility. Temuan empiris dari penelitian ini fully validates theoretical propositions ini, dengan data menunjukkan bahwa integrated excellence dalam pricing competitiveness, service quality consistency, dan location strategicity merepresentasikan critical success factors dalam photocopy and printing business sector.

Tantangan Operasional, Strategi Competitive Positioning, dan Implikasi Managerial

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa operational challenges merupakan significant concerns yang dihadapi oleh ketiga UMKM. Faris Jaya Foto Copy melaporkan chronic raw material availability issues, sementara FC Nusaibah menghadapi infrastructure reliability problems (power outages). Kedua challenges ini dapat disrupt service delivery dan erode customer confidence, memerlukan proactive

mitigation strategies. Equipment maintenance merepresentasikan ongoing operational requirement dengan Faris Jaya dan FC Nusaibah melaporkan regular maintenance needs dan occasional breakdowns yang memerlukan professional servicing.

Competitive positioning analysis mengungkapkan bahwa ketiga UMKM telah developed distinct positioning strategies. Faris Jaya emphasizes service quality dan established reputation. FC Nusaibah pursuing service differentiation melalui comprehensive service offerings. Foto Copy Sarmin focusing pada service reliability dan location convenience. Strategi-strategi ini reflecting different competitive philosophies, dengan Faris Jaya dan Sarmin pursuing differentiation via service excellence, sedangkan FC Nusaibah pursuing broader service portfolio differentiation. FC Nusaibah's strategy exposure terhadap higher operational complexity, potentially explaining revenue volatility.

Marketing strategy adoption menunjukkan varying levels dari digital sophistication. Faris Jaya relying almost exclusively pada word-of-mouth mechanisms, FC Nusaibah beginning digital adoption melalui Facebook, dan Sarmin maintaining offline-centric approach. Evolution menuju digital channels merupakan critical requirement mengingat increasing importance dari online presence dalam contemporary consumer information-seeking behaviors. Strategic implication adalah bahwa systematic digital marketing adoption dapat significantly expand market reach beyond existing geographic catchment areas.

Menurut Lubis et al. (2025), pengelolaan usaha yang baik dapat meningkatkan perkembangan usaha percetakan dan membantu usaha tetap bertahan dalam persaingan pasar. Temuan empiris mengkonfirmasi bahwa systematic management practices, quality assurance mechanisms, operational efficiency optimization, dan strategic marketing implementation merupakan critical success factors bagi sustained competitiveness dalam photocopy and printing business sector.

KESIMPULAN

Usaha jasa fotokopi dan percetakan layak untuk dikembangkan dan memiliki prospek usaha yang baik, yang ditunjukkan oleh tingginya tingkat kepuasan konsumen terhadap harga, kualitas layanan, kualitas hasil cetak, keramahan pelayanan, dan lokasi usaha yang strategis. Keberhasilan usaha didukung oleh harga yang kompetitif, kualitas layanan yang konsisten, serta kemudahan akses bagi konsumen. Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa tantangan, seperti ketersediaan bahan baku, pemeliharaan peralatan, gangguan infrastruktur, dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan penguatan manajemen operasional, pemeliharaan peralatan secara berkala, pemanfaatan pemasaran digital, peningkatan kualitas layanan, serta inovasi jasa secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawan, B., Santoso, H., & Wijaya, M. (2023). Inovasi Produk dan Kemasan Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pengembangan Wirausaha*, 5(1), 78–91.
- Lestari, N. (2024). Inovasi Produk dan Loyalitas Konsumen pada UMKM Makanan Ringan. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(1), 30–40.

- Lubis, S. Y., Nasution, Z. N., & Atmojo, W. T. (2025). Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Fotokopi Sebagai Usaha Percetakan di Pasar Komersial. *Jurnal Kajian Pendidikan*. <https://journalversa.com>
- Maulina, T., Varisca, V. V., Rahmadiyah, N., & Melisa. (2025). Analisis Kelayakan Usaha Ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus pada Usaha Print & Fotocopy di Sekitar UIN Raden Fatah Palembang Kampus B). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*. <https://jicnusantara.com>
- MHD, I. B., Syapsan, & Eka, P. A. (2021). Analisis kelayakan Usaha Fotocopy di Sekitar Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Ekonomi Universitas Riau*. <https://jom.unri.ac.id>
- Pratama, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Percetakan dengan Menggunakan Metode SWOT dan Analytical Hierarchy Process. *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*. <https://ojs.uma.ac.id>
- Putri, E. D., & Herlina. (2024). Analisis Kelayakan Investasi Mesin Printing Percetakan Offset untuk Meningkatkan Kapasitas Hasil Output pada PT. XYZ. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id>
- Suila, E. A. K., et al. (2025). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Fotocopy di Kawasan Kampus Universitas Pattimura. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://researchgate.net>
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Wahyuningsih, R., Sarianti, T., & Karyadi, A. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis* (Rev. ed.). IPB Press.