Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 12, January 2026, P. 617-627
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18197272

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Fotocopy X Favourite Photo

Business Feasibility Study Analysis of X Favourite Photo Photocopy Business

Dini Vientiany[1], Deva Fitri Zuya[2], Mareta Rindiani[3], Sri Rapida[4]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email: dini1100000167@uinsu.ac.id, devafitrizuya@gmail.com,
maretarindiani81@gmail.com, srirapida3005@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi kelayakan bisnis usaha jasa print dan fotokopi "Fotocopy X Favourite Photo" yang berlokasi strategis dekat kampus dan kawasan perkantoran. Masalah utama yang diangkat adalah sejauh mana usaha ini memiliki potensi keberlanjutan dari aspek pasar, keuangan, operasional, dan legalitas di tengah persaingan yang ketat. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis kelayakan usaha berdasarkan faktor-faktor tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui wawancara semi-terstruktur, survei mini kepada 50 pelanggan, dan observasi langsung, serta analisis data secara deskriptif dan pengecekan silang sumber data. Hasil penelitian menunjukkan usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, jalur keuangan yang menguntungkan, serta legalitas yang memadai. Kendala utama meliputi ketergantungan listrik dan pencatatan keuangan secara manual. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan pengembangan strategi pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis sistem inovatif agar usaha dapat bersaing lebih optimal dan meningkatkan keberlanjutan usaha.
Kata Kunci: *Kelayakan Usaha, Usaha Jasa Percetakan, Keberlanjutan Bisnis*

Abstract

This study evaluates the business feasibility of the printing and photocopy service enterprise "Fotocopy X Favourite Photo," which is strategically located near a university and office area. The main issue addressed is the extent to which this business demonstrates sustainability potential in terms of market, financial, operational, and legal aspects amid intense competition. The objective of this study is to analyze the business feasibility based on these factors. This research employs a qualitative approach with a descriptive method, utilizing semi-structured interviews, a mini survey involving 50 customers, and direct observation, complemented by descriptive data analysis and source triangulation. The findings indicate that the business has significant growth potential, supported by high customer satisfaction, profitable financial performance, and adequate legal compliance. The main challenges identified include dependence on electricity and manual financial record-keeping. Future research is recommended to focus on developing digital marketing strategies and implementing innovative, system-based financial management to enhance competitiveness and long-term business sustainability.
Keywords: *Business Feasibility, Printing Service Business, Business Sustainability*

Article Info
Received date: 15 December 2025 Revised date: 20 December 2025 Accepted date: 6 January 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan, perkantoran, dan administrasi publik telah mendorong meningkatnya kebutuhan akan jasa percetakan dan fotokopi. Meskipun kemajuan teknologi digital berkembang pesat dan penggunaan media elektronik semakin meluas, keberadaan dokumen cetak masih memegang peranan penting dalam berbagai aktivitas, seperti penyusunan tugas akademik, laporan kerja, arsip administrasi, serta dokumen resmi lainnya yang memerlukan bentuk fisik. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha jasa print dan fotokopi masih memiliki peluang pasar yang stabil dan

berkelanjutan, khususnya pada sektor pendidikan dan perkantoran. Di lingkungan kampus, mahasiswa menjadi segmen pasar utama karena tingginya kebutuhan terhadap layanan print dan fotokopi untuk menunjang kegiatan perkuliahan, seperti pencetakan tugas, proposal, laporan, dan berbagai keperluan administrasi akademik. Selain mahasiswa, pelajar dan pekerja kantoran juga merupakan kelompok konsumen potensial yang membutuhkan layanan percetakan dengan kualitas hasil cetak yang baik, proses pengerjaan yang cepat, serta harga yang terjangkau.

Keberhasilan usaha jasa print dan fotokopi tidak hanya ditentukan oleh tingginya permintaan pasar, tetapi juga dipengaruhi oleh lokasi usaha yang strategis, kualitas pelayanan, kecepatan pengerjaan, serta kemampuan pelaku usaha dalam menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen. Usaha print yang berlokasi di sekitar kampus dan kawasan perkantoran memiliki keunggulan kompetitif karena mampu menjangkau konsumen secara langsung dan berkelanjutan. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk melakukan perencanaan dan pengelolaan bisnis secara matang agar usaha dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis kelayakan usaha untuk menilai sejauh mana usaha jasa print dan fotokopi ini memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan, baik dari segi pasar, strategi pemasaran, maupun kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Analisis kelayakan usaha ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi oleh usaha jasa print dan fotokopi, sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bagi pemilik usaha. Analisis ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta memperoleh keuntungan yang optimal. Dari sisi ekonomi dan sosial, keberadaan usaha print dan fotokopi diharapkan mampu memberikan manfaat berupa kontribusi finansial bagi pemilik usaha, membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, serta mendukung kelancaran aktivitas pendidikan dan perkantoran. Bagi kalangan akademisi, hasil analisis ini dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dan referensi dalam memahami penerapan studi kelayakan bisnis pada usaha jasa, khususnya di bidang percetakan dan fotokopi.

LANDASAN TEORI

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi yang sistematis dan komprehensif untuk menilai apakah suatu gagasan usaha atau proyek layak dilaksanakan dengan mempertimbangkan berbagai faktor penting seperti aspek pasar, teknis, keuangan, hukum, syariah, lingkungan dan manajemen usaha. Proses ini bertujuan untuk memberikan gambaran realistis mengenai potensi keberhasilan bisnis dan risiko yang mungkin terjadi, sekaligus menjadi dasar pengambilan keputusan strategis sebelum memulai usaha baru atau investasi (feasibility study) sehingga dapat meminimalkan risiko kegagalan dan mengoptimalkan peluang keberhasilan usaha yang direncanakan (Adelia et al., 2024). Studi kelayakan ini digunakan untuk memastikan bahwa sumber daya yang dimiliki digunakan secara efisien dan efektif serta bahwa keputusan investasi dilakukan berdasarkan data dan analisis yang valid, bukan asumsi semata. Dalam praktiknya, studi kelayakan bisnis membantu entrepreneur memahami dinamika pasar, potensi permintaan konsumen, estimasi biaya dan pendapatan, serta berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha (Adnyana, 2020). Studi kelayakan bisnis sangat penting dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan dan menjadi landasan perencanaan yang matang untuk mengurangi resiko serta memaksimalkan return on investment (ROI) bagi pelaku bisnis maupun investor.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu komponen paling krusial dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan langsung dengan kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan memenangkan persaingan pasar. Analisis aspek pasar bertujuan untuk mengidentifikasi

potensi permintaan, karakteristik konsumen, ukuran dan pertumbuhan pasar, serta tingkat persaingan yang dihadapi oleh suatu usaha. Suatu bisnis dikatakan layak secara pasar apabila produk atau jasa yang ditawarkan memiliki peluang untuk diterima oleh konsumen dalam jumlah yang memadai dan berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap kondisi pasar menjadi dasar utama dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, khususnya pada sektor jasa seperti usaha fotocopy dan percetakan yang sangat bergantung pada kebutuhan konsumen harian (Arifah & Misidawati, 2024). Dalam analisis pasar, langkah awal yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi target pasar, yaitu kelompok konsumen yang menjadi sasaran utama produk atau jasa yang ditawarkan. Target pasar dapat ditentukan melalui proses segmentasi berdasarkan karakteristik demografis, geografis, psikografis, dan perilaku konsumen. Segmentasi pasar membantu pelaku usaha memahami perbedaan kebutuhan dan preferensi konsumen sehingga produk dan layanan dapat disesuaikan secara tepat. Setelah segmentasi dilakukan, tahap selanjutnya adalah menentukan strategi targeting dan positioning (STP). Targeting berkaitan dengan pemilihan segmen pasar yang paling potensial untuk dilayani, sedangkan positioning berkaitan dengan bagaimana usaha membangun citra dan persepsi produk atau jasa di benak konsumen dibandingkan dengan pesaing. Strategi STP yang tepat memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk bersaing secara efektif meskipun memiliki keterbatasan sumber daya.

Aspek pemasaran juga memegang peranan penting dalam studi kelayakan bisnis. Pemasaran tidak hanya berfokus pada kegiatan penjualan, tetapi mencakup seluruh proses penciptaan nilai bagi konsumen melalui perencanaan produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi. Konsep bauran pemasaran atau marketing mix yang terdiri dari produk (product), harga (price), tempat atau distribusi (place), dan promosi (promotion) digunakan sebagai alat strategis untuk menjangkau target pasar secara efektif. Dalam konteks usaha jasa seperti fotocopy dan percetakan, kualitas layanan, kecepatan pelayanan, kemudahan akses lokasi, serta harga yang kompetitif menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, serta mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Aspek pasar dan pemasaran juga berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen mencerminkan bagaimana individu atau kelompok memilih, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting bagi pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, terutama pada usaha jasa yang interaksi langsung dengan pelanggan terjadi secara intensif. Faktor-faktor seperti kebutuhan fungsional, kenyamanan, harga, serta pengalaman pelayanan akan mempengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian ulang konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen, pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan pelayanan agar sesuai dengan ekspektasi pasar sehingga meningkatkan daya saing dan kelayakan usaha secara keseluruhan.

Survei mini dilakukan pada usaha Fotocopy X Favourite Photo dengan tujuan untuk memperoleh data primer secara langsung dari pelanggan terkait preferensi, perilaku penggunaan, serta tingkat kepuasan terhadap layanan print, fotokopi, pas foto, dan penjualan alat tulis kantor (ATK). Survei ini melibatkan sebanyak 50 responden yang mayoritas merupakan mahasiswa dengan rentang usia 19-25 tahun. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner sederhana yang memuat pertanyaan mengenai frekuensi penggunaan jasa, faktor utama dalam memilih tempat print, layanan yang paling sering digunakan, tingkat kesesuaian harga jasa dalam rentang Rp250 hingga Rp2.000 per layanan, serta tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil survei menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian positif terhadap layanan yang diberikan oleh Fotocopy X Favourite Photo.

Pengumpulan data dalam survei ini menggunakan metode kuesioner tertutup yang dibagikan secara langsung kepada pelanggan di lokasi usaha yang beralamat di Jalan H.M. Said, Medan Timur, yang merupakan kawasan strategis dan dekat dengan lingkungan kampus. Kuesioner mencakup

beberapa variabel utama, antara lain identitas responden (usia), status pengguna jasa (pelajar, mahasiswa, atau pekerja), frekuensi penggunaan jasa, faktor utama dalam memilih usaha print, jenis layanan yang paling sering digunakan, serta pertanyaan dengan jawaban ya atau tidak terkait kesesuaian harga dan tingkat kepuasan terhadap layanan. Dari total 50 responden yang berpartisipasi, sebanyak 45 responden merupakan mahasiswa dan 5 responden merupakan pekerja, yang menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan segmen pelanggan dominan pada usaha Fotocopy X Favourite Photo.

Berdasarkan hasil survei, frekuensi penggunaan jasa print dan fotokopi oleh pelanggan cenderung tidak menentu atau berkisar antara satu hingga dua kali dalam seminggu atau sebulan, tergantung pada kebutuhan masing-masing pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap layanan print dan fotokopi bersifat sporadis namun berulang, terutama berkaitan dengan tugas akademik, kebutuhan administrasi, serta keperluan mendadak lainnya. Pola penggunaan tersebut menunjukkan bahwa meskipun tidak dilakukan setiap hari, jasa print dan fotokopi tetap dibutuhkan secara berkelanjutan oleh pelanggan. Faktor utama yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih Fotocopy X Favourite Photo adalah lokasi usaha yang dekat dengan kampus dan perkantoran, dengan persentase sekitar 60% responden. Selain faktor lokasi, faktor lain yang turut memengaruhi keputusan pelanggan adalah harga yang terjangkau, kecepatan pelayanan, serta sikap pelayanan yang ramah. Temuan ini menegaskan bahwa lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam menarik pelanggan pada usaha jasa print dan fotokopi.

Hasil survei juga menunjukkan bahwa layanan print dokumen merupakan layanan yang paling sering digunakan oleh pelanggan, dengan persentase sekitar 70%, diikuti oleh layanan fotokopi dan pembelian alat tulis kantor. Temuan ini mengindikasikan bahwa layanan print menjadi sumber pendapatan utama bagi usaha Fotocopy X Favourite Photo dan memiliki peran penting dalam menopang keberlangsungan usaha. Dari sisi harga, sebanyak 96% responden atau 48 dari 50 orang menyatakan setuju dengan rentang harga jasa yang ditetapkan, yaitu Rp250 hingga Rp2.000 per layanan. Tingginya tingkat persetujuan ini menunjukkan bahwa harga yang diterapkan dinilai terjangkau, kompetitif, dan sesuai dengan kemampuan pelanggan, khususnya mahasiswa.

Aspek kepuasan layanan, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 98% responden atau 49 dari 50 orang menyatakan puas terhadap layanan yang diberikan oleh Fotocopy X Favourite Photo secara keseluruhan. Tingginya tingkat kepuasan pelanggan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kecepatan pengerjaan, serta sikap pelayanan yang ramah telah mampu memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan hasil survei mini tersebut, dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha yang strategis dan kebijakan harga yang kompetitif merupakan kekuatan utama Fotocopy X Favourite Photo dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Tingginya tingkat persetujuan harga dan kepuasan pelanggan mengonfirmasi bahwa usaha ini telah memiliki positioning sebagai tempat print yang cepat, ramah, dan terjangkau. Meskipun strategi promosi masih didominasi oleh promosi dari mulut ke mulut, tingkat loyalitas dan kepuasan pelanggan yang tinggi menunjukkan bahwa usaha Fotocopy X Favourite Photo layak untuk dijalankan dan memiliki potensi keberlanjutan dalam jangka panjang, terutama dengan dukungan segmen mahasiswa sebagai pasar utama.

Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional merupakan bagian dari studi kelayakan usaha yang berfokus pada penilaian kesiapan usaha dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari secara efektif dan efisien. Aspek ini menekankan pada bagaimana proses produksi atau pelayanan dirancang dan dijalankan, termasuk pengaturan fasilitas, alur kerja, serta pemanfaatan sumber daya teknis yang tersedia untuk mendukung kelancaran aktivitas usaha (Aghliyah & Rohman, 2024). Abdul Hafizh dkk. menjelaskan bahwa aspek teknis dan operasional mencakup pemilihan lokasi usaha, tata letak fasilitas, penggunaan teknologi dan peralatan, pengelolaan persediaan, serta kualitas tenaga kerja yang terlibat dalam proses operasional. Keputusan teknis yang tepat akan membantu usaha dalam meningkatkan produktivitas, menekan biaya operasional, dan menjaga kualitas produk atau jasa yang dihasilkan (Hafizh et al., 2025).

Dalam penelitian ini, aspek teknis dan operasional dianalisis melalui beberapa indikator utama, yaitu lokasi usaha, tata letak dan fasilitas operasional, penggunaan teknologi dan peralatan, proses operasional, serta kesiapan sumber daya teknis. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana usaha mampu menjalankan kegiatan operasionalnya secara optimal dan berkelanjutan (Savana et al., 2024).

Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam studi kelayakan usaha berkaitan dengan kemampuan pengelola usaha dalam mengelola dan mengoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki agar kegiatan usaha dapat berjalan secara terarah dan berkelanjutan. Pengelolaan manajemen yang baik menjadi dasar penting dalam menentukan keberhasilan usaha karena berhubungan langsung dengan bagaimana tujuan usaha ditetapkan serta bagaimana kegiatan operasional dijalankan sehari-hari. Dalam konteks studi kelayakan, aspek manajemen mencakup kemampuan pengelola dalam melakukan perencanaan usaha, yaitu menetapkan tujuan, menyusun rencana kegiatan, serta menentukan strategi yang akan digunakan untuk mencapai target usaha. Perencanaan yang jelas membantu pengelola usaha dalam mengurangi ketidakpastian dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia. Selain itu, aspek manajemen juga mencakup pengorganisasian, yang berkaitan dengan pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang secara jelas agar setiap aktivitas usaha dapat berjalan secara sistematis.

Aspek manajemen selanjutnya berkaitan dengan pengarahan dan kepemimpinan, yaitu kemampuan pengelola usaha dalam mengarahkan, membimbing, serta memotivasi pihak-pihak yang terlibat dalam usaha agar dapat bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengarahan yang baik akan mendorong terciptanya koordinasi kerja yang efektif serta meningkatkan komitmen dan kedisiplinan dalam menjalankan kegiatan usaha. Di samping itu, pengelolaan sumber daya manusia juga menjadi bagian penting dalam aspek manajemen, terutama dalam penempatan tenaga kerja, pembinaan, dan pengembangan kemampuan kerja guna mendukung kelangsungan usaha. Selain perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan, aspek manajemen juga mencakup pengendalian dan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha. Pengendalian dilakukan untuk memantau jalannya usaha serta menilai kesesuaian antara rencana dan realisasi kegiatan. Melalui evaluasi yang berkelanjutan, pengelola usaha dapat mengidentifikasi kendala yang muncul dan melakukan perbaikan yang diperlukan agar usaha tetap stabil dan mampu berkembang dalam jangka Panjang (Sari & Obadja, 2023).

Aspek Keuangan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2014), aspek keuangan merupakan salah satu aspek yang digunakan untuk menilai kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh. Aspek ini memiliki tingkat kepentingan yang sejajar dengan aspek-aspek lainnya, bahkan bagi sebagian pelaku usaha, aspek keuangan dianggap sebagai aspek yang paling krusial untuk dianalisis. Hal ini disebabkan karena melalui aspek keuangan dapat terlihat secara jelas gambaran mengenai tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan, sehingga aspek ini menjadi salah satu faktor utama dalam menilai kelayakan suatu usaha atau proyek (Irsan & Permana, 2021). Metode penilaian investasi dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama. Pertama, metode non-discounted cash flow, yaitu metode penilaian yang tidak mempertimbangkan nilai waktu dari uang (time value of money). Kedua, metode discounted cash flow, yaitu metode analisis yang memperhitungkan nilai waktu dari uang dengan mendiskontokan arus kas berdasarkan tingkat bunga atau biaya modal (cost of capital) yang berlaku. Konsep nilai waktu dari uang berangkat dari asumsi bahwa nilai uang pada waktu yang berbeda tidaklah sama, karena uang memiliki potensi untuk memberikan manfaat apabila digunakan atau diinvestasikan dalam suatu periode tertentu. Beberapa metode penilaian investasi yang umum digunakan untuk menilai kelayakan suatu usaha atau proyek antara lain Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI) (Christiano et al., 2014).

Fahmi (2012:44) menyatakan bahwa rasio merupakan suatu perbandingan yang digunakan untuk memberikan gambaran relatif mengenai kondisi keuangan serta kinerja perusahaan. Secara sederhana, rasio dapat diartikan sebagai perbandingan antara satu angka dengan angka lainnya yang kemudian dianalisis untuk memperoleh informasi yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Kasmir (2008: 104) menjelaskan bahwa rasio keuangan merupakan aktivitas membandingkan pos-pos dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Sementara itu, Harahap (2010:297) mendefinisikan rasio keuangan sebagai angka yang dihasilkan dari perbandingan antara satu pos laporan keuangan dengan pos lain yang memiliki hubungan yang relevan dan signifikan, seperti perbandingan antara utang dan modal, kas dan total aset, serta harga pokok produksi dengan total penjualan.

Return on Asset (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total aset. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan karena tingkat pengembalian yang dihasilkan juga semakin besar. Peningkatan ROA menunjukkan adanya peningkatan profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya akan memberikan manfaat berupa peningkatan keuntungan bagi para pemegang saham (Husnan, 1998). Non Performing Loan (NPL) digunakan sebagai proksi rasio kredit, yaitu perbandingan antara total kredit bermasalah dengan total kredit yang disalurkan. Risiko kredit (credit risk) merupakan risiko yang dihadapi oleh bank akibat penyaluran dana dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat (Masyud Ali, 2006). Dalam praktiknya, debitur dapat mengalami kegagalan dalam memenuhi kewajibannya kepada bank, baik dalam pembayaran pokok pinjaman maupun bunga, yang disebabkan oleh berbagai faktor (Aisyah, n.d.).

Neraca (balance sheet) adalah laporan keuangan yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada suatu tanggal tertentu. Selanjutnya, laporan perubahan modal menyajikan informasi mengenai jumlah dan jenis modal yang dimiliki perusahaan serta perubahan modal yang terjadi beserta faktor-faktor penyebabnya. Laporan arus kas menunjukkan seluruh aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan penerimaan dan pengeluaran kas, baik yang berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap kas. Selain itu, catatan atas laporan keuangan berfungsi untuk memberikan penjelasan tambahan terhadap pos-pos tertentu dalam laporan keuangan yang memerlukan keterangan lebih rinci. Laporan laba rugi dapat disusun untuk periode tertentu, seperti satu bulan, enam bulan, atau satu tahun. Penyusunan laporan laba rugi umumnya didasarkan pada konsep pencocokan (matching concept), yaitu mengaitkan pendapatan dengan beban yang relevan dalam periode yang sama. Melalui konsep ini, beban dicocokkan dengan pendapatan yang dihasilkan selama periode terjadinya beban tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan memperoleh laba apabila pendapatan yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan beban yang dikeluarkan, sedangkan apabila beban melebihi pendapatan, perusahaan akan mengalami kerugian (Widyasari et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi dan fenomena usaha yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha sebagai sumber data utama guna menggali informasi terkait pengelolaan dan permasalahan usaha, serta survei mini menggunakan kuesioner kepada 50 responden konsumen sebagai data pendukung. Survei mini difokuskan pada aspek tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian dan tidak dimaksudkan untuk generalisasi. Observasi langsung dilakukan untuk melengkapi data lapangan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan triangulasi sumber untuk menjaga keabsahan data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Usaha Fotocopy x Favourite Photo memiliki target pasar utama yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantoran. Dari ketiga segmen tersebut, mahasiswa merupakan konsumen yang paling dominan karena memiliki kebutuhan rutin terhadap layanan print dan fotokopi untuk menunjang aktivitas akademik, seperti pencetakan tugas kuliah, laporan, proposal, dan berbagai keperluan administrasi perkuliahan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, segmen mahasiswa masih memiliki potensi pasar yang sangat baik untuk beberapa tahun ke depan. Hal ini disebabkan oleh jumlah mahasiswa yang relatif stabil setiap tahunnya serta kebutuhan cetak yang hingga saat ini belum sepenuhnya dapat digantikan oleh media digital. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai segmen pasar yang strategis dan berkelanjutan bagi usaha jasa print dan fotokopi. Berdasarkan analisis segmentasi pasar, pelanggan usaha print ini memiliki karakteristik demografis yang cukup beragam, dengan rentang usia mulai dari pelajar tingkat sekolah dasar hingga sekolah menengah, mahasiswa, serta pekerja kantoran dengan kisaran usia sekitar 10 hingga 40 tahun. Dari sisi geografis, mayoritas pelanggan berasal dari lingkungan sekitar kampus dan kawasan perkantoran terdekat. Lokasi usaha yang berada sangat dekat dengan kampus memberikan pengaruh signifikan terhadap jumlah pelanggan, karena memudahkan akses serta menghemat waktu bagi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan cetak mereka. Menurut pemilik usaha, lokasi ini dinilai sangat strategis dan masih memiliki prospek yang baik untuk jangka panjang karena berada di kawasan pendidikan dan perkantoran yang aktif.

Segmentasi psikografis, pelanggan usaha print ini umumnya mempertimbangkan harga yang terjangkau dan kecepatan pelayanan dalam memilih tempat print. Pelanggan cenderung memiliki karakter praktis dan menginginkan proses pelayanan yang sederhana, cepat, serta hasil cetak yang memadai sesuai kebutuhan. Faktor pelayanan yang ramah juga menjadi salah satu alasan pelanggan menunjukkan tingkat loyalitas yang cukup baik terhadap usaha ini. Dari sisi segmentasi perilaku, pelanggan menggunakan jasa print dan fotokopi secara rutin, bahkan hampir setiap minggu, terutama pada masa perkuliahan aktif. Layanan yang paling sering dimanfaatkan meliputi print, fotokopi, pas foto, serta pembelian alat tulis kantor (ATK). Pola perilaku pelanggan tersebut memberikan keuntungan bagi usaha karena mampu menciptakan aliran pendapatan yang relatif stabil. Berdasarkan hasil segmentasi tersebut, mahasiswa ditetapkan sebagai target pasar utama usaha jasa print dan fotokopi ini. Pemilihan segmen mahasiswa didasarkan pada tingginya frekuensi kebutuhan cetak yang dimiliki oleh kelompok ini, terutama untuk keperluan akademik dan administrasi perkuliahan. Target pasar ini dinilai sesuai dengan kemampuan dan kapasitas usaha, baik dari sisi peralatan yang dimiliki maupun sistem pelayanan yang diterapkan. Dari sisi positioning, pemilik usaha berupaya membangun citra usaha sebagai tempat print yang ramah, cepat dalam proses pengerjaan, serta memiliki harga yang terjangkau. Keunggulan utama usaha ini dibandingkan dengan pesaing adalah lokasi yang sangat dekat dengan kampus dan perkantoran, sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan. Positioning tersebut dinilai telah dirasakan oleh pelanggan, yang tercermin dari tingkat loyalitas serta kunjungan pelanggan yang berulang.

Dalam penerapan strategi bauran pemasaran, usaha jasa print ini menawarkan berbagai produk dan layanan yang meliputi print hitam putih dan warna, fotokopi, pas foto, serta penjualan alat tulis kantor. Layanan print dan fotokopi menjadi sumber pendapatan terbesar karena paling sering digunakan oleh pelanggan. Secara umum, produk dan layanan yang ditawarkan telah sesuai dengan kebutuhan target pasar, khususnya mahasiswa. Dari sisi harga, penetapan harga jasa dilakukan dengan menyesuaikan kondisi pasar dan kemampuan konsumen. Harga print hitam putih ditetapkan sekitar Rp250 per lembar, print warna sekitar Rp500 per lembar, dengan variasi harga layanan lainnya berkisar antara Rp250 hingga Rp2.000, termasuk layanan pas foto. Harga tersebut dinilai terjangkau oleh target pasar dan masih memberikan keuntungan yang layak bagi usaha. Strategi promosi yang dilakukan masih bersifat sederhana, yaitu melalui promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) dan pemanfaatan lokasi strategis. Rekomendasi dari pelanggan menjadi media promosi yang paling efektif sejauh ini.

Meskipun promosi digital belum diterapkan, strategi promosi yang ada dinilai cukup membantu dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Aspek Hukum

Usaha Fotocopy X Favourite Photo dijalankan dalam bentuk usaha perorangan dan belum memiliki badan usaha resmi. Bentuk usaha perorangan tersebut dinilai masih sesuai dengan skala usaha yang dijalankan saat ini, mengingat operasional usaha masih bersifat sederhana dan dikelola langsung oleh pemilik. Terdapat rencana pengembangan bentuk usaha di masa mendatang apabila usaha mengalami pertumbuhan dan perluasan skala operasional. Dari sisi legalitas, usaha ini telah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nama usaha terdaftar Fotocopy X Favorite Photo dan dimiliki serta dikelola oleh Bapak Adek sebagai pemilik usaha. Berdasarkan keterangan pemilik, usaha ini merupakan usaha turun-temurun yang telah berdiri sejak tahun 1980-an, sehingga memiliki pengalaman dan keberlangsungan usaha yang cukup panjang. Selain SIUP, usaha ini juga telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), namun belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Legalitas yang dimiliki saat ini dinilai telah cukup mendukung operasional usaha sehari-hari. Pemilik usaha menilai bahwa legalitas usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, memberikan perlindungan hukum, serta mempermudah proses pengembangan usaha di masa mendatang, baik dari sisi perizinan maupun kerja sama dengan pihak lain.

Aspek Teknis dan Operasional

Berdasarkan hasil pengamatan langsung dan wawancara dengan pemilik usaha, aspek teknis dan operasional pada usaha Fotocopy X Favourite Photo dapat dikatakan telah berjalan dengan cukup baik. Lokasi usaha yang berada di sekitar lingkungan kampus dan perkantoran memberikan keuntungan tersendiri karena dekat dengan konsumen utama. Kondisi ini memudahkan pelanggan untuk mengakses layanan serta mendukung kelancaran aktivitas usaha, terutama pada hari kerja dan masa perkuliahan aktif. Dari segi fasilitas dan tata letak, usaha ini memiliki ruang usaha yang relatif terbatas, namun pengaturannya cukup mendukung proses pelayanan. Penempatan mesin fotokopi, printer, dan perangkat pendukung lainnya disesuaikan dengan kebutuhan operasional sehingga alur kerja tetap berjalan lancar. Pembagian area kerja untuk layanan fotokopi, print, dan cetak foto membantu mempercepat proses pelayanan kepada pelanggan.

Kapasitas produksi usaha mencapai sekitar 500 lembar per hari dengan dukungan satu unit mesin fotokopi dan dua unit printer. Kapasitas tersebut dinilai masih mampu memenuhi permintaan pelanggan yang sebagian besar berasal dari kalangan mahasiswa. Jam operasional yang diterapkan juga sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga usaha dapat melayani permintaan cetak pada waktu yang dibutuhkan. Terdapat beberapa kendala dalam aspek teknis dan operasional, salah satunya adalah ketergantungan terhadap pasokan listrik. Ketika terjadi pemadaman, aktivitas usaha menjadi terhambat. Namun secara keseluruhan, ditinjau dari lokasi, fasilitas, kapasitas produksi, dan jam operasional, aspek teknis dan operasional usaha ini dapat dinilai cukup layak untuk mendukung keberlangsungan usaha.

Aspek Manajemen

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan, pengelolaan usaha Fotocopy X Favourite Photo masih dilakukan secara sederhana dan terpusat pada pemilik usaha. Dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, pemilik dibantu oleh anggota keluarga sehingga struktur organisasi yang diterapkan bersifat informal. Pola pengelolaan seperti ini memudahkan pengambilan keputusan dan cukup efektif untuk usaha dengan skala kecil. Dari sisi perencanaan, pemilik usaha telah memiliki gambaran mengenai arah dan tujuan usaha, meskipun belum dituangkan dalam bentuk perencanaan tertulis. Pembagian tugas dilakukan secara fleksibel sesuai kebutuhan operasional, terutama dalam pelayanan pelanggan dan pengoperasian mesin. Pola kerja ini mempermudah koordinasi serta membantu menekan biaya operasional.

Pengelolaan keuangan usaha masih dilakukan secara manual dengan pencatatan sederhana terhadap pemasukan dan pengeluaran. Meskipun belum menggunakan sistem pencatatan digital, cara ini masih membantu pemilik dalam memantau kondisi keuangan usaha secara umum. Dalam hal pelayanan, pengelola lebih menekankan pada kecepatan, ketelitian, dan keramahan, yang tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan hasil kuesioner. Sistem manajemen yang masih sederhana juga memiliki keterbatasan, terutama terkait pencatatan keuangan dan evaluasi usaha yang belum dilakukan secara terstruktur. Apabila usaha ingin dikembangkan ke skala yang lebih besar, aspek manajemen perlu ditingkatkan. Meski begitu, untuk kondisi usaha saat ini, aspek manajemen dapat dinilai cukup memadai dalam mendukung kelancaran operasional dan keberlangsungan usaha.

Aspek Keuangan

Berdasarkan hasil perhitungan keuangan yang terdapat dalam laporan, usaha Fotocopy X Favourite Photo mampu menghasilkan keuntungan bersih sekitar Rp5.750.000 per bulan. Keuntungan tersebut diperoleh setelah seluruh biaya operasional, seperti biaya listrik, bahan habis pakai, serta biaya perawatan peralatan, dikurangkan dari pendapatan usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha sudah berjalan cukup efisien dan mampu menutup biaya operasional secara rutin. Besarnya investasi awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini adalah sekitar Rp60.180.000, yang digunakan untuk pembelian mesin fotokopi, printer, serta perlengkapan pendukung lainnya. Berdasarkan perbandingan antara laba bersih dan nilai investasi tersebut, waktu pengembalian modal diperkirakan berada pada kisaran 10 sampai 11 bulan. Jangka waktu ini tergolong relatif singkat untuk usaha berskala kecil, sehingga dapat menjadi indikasi bahwa usaha memiliki prospek keuangan yang cukup baik.

Struktur biaya yang masih dapat dikendalikan turut mendukung kondisi keuangan usaha. Selama operasional berjalan normal, pendapatan yang diperoleh masih lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini membuat usaha tetap berada dalam kondisi menguntungkan meskipun terdapat kemungkinan penurunan permintaan pada waktu-waktu tertentu. Secara keseluruhan, ditinjau dari kemampuan usaha dalam menghasilkan laba serta mengembalikan modal dalam waktu yang relatif cepat, aspek keuangan usaha Fotocopy X Favourite Photo dapat dinilai cukup layak. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga memiliki peluang untuk dikembangkan lebih lanjut di masa mendatang.

Aspek Syariah dan Halal

Pada Konteks menjalankan kegiatan usahanya, Fotocopy X Favorite Photo berupaya menerapkan prinsip-prinsip syariah dan etika Islam. Produk-produk yang digunakan dan dijual, seperti kertas fotokopi, tinta printer, alat tulis, serta perlengkapan pendukung lainnya, pada umumnya tidak memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini disebabkan karena produk tersebut bukan termasuk barang konsumsi yang dikonsumsi secara langsung oleh manusia, melainkan barang penunjang jasa percetakan dan fotokopi. Meskipun demikian, bahan-bahan tersebut tidak mengandung unsur yang secara jelas diharamkan dalam Islam dan digunakan secara wajar, sehingga penggunaannya masih dapat diterima selama tidak menimbulkan mudarat serta tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Transaksi yang dilakukan di Fotocopy X Favorite Photo menggunakan akad jual beli sederhana yang didasarkan pada kejelasan informasi dan kesepakatan kedua belah pihak. Pemilik usaha menjelaskan secara terbuka jenis layanan, jumlah halaman, ukuran kertas, serta harga yang harus dibayarkan oleh konsumen. Pembayaran dilakukan secara tunai maupun melalui sistem pembayaran digital menggunakan QRIS. Dengan adanya transparansi harga dan metode pembayaran, transaksi terhindar dari unsur gharar, penipuan, dan ketidakadilan, sehingga sejalan dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam ekonomi Islam. Fotocopy X Favorite Photo tidak menerima pesanan yang mengandung unsur keharaman, seperti pencetakan dokumen atau gambar bermuatan pornografi, perjudian, kekerasan berlebihan, atau konten lain yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Sikap ini menunjukkan bahwa

usaha tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab moral dan etika guna menjaga keberkahan usaha.

Aspek Ekonomi dan Sosial

Dari sisi ekonomi dan sosial, Fotocopy X Favorite Photo dikelola secara mandiri oleh anggota keluarga pemilik usaha tanpa melibatkan tenaga kerja dari luar. Seluruh aktivitas usaha, mulai dari pelayanan konsumen, pengoperasian mesin, hingga pengelolaan keuangan, dilakukan secara langsung oleh keluarga. Meskipun tidak membuka lapangan kerja bagi masyarakat umum, usaha ini tetap memberikan manfaat ekonomi sebagai sumber pendapatan utama bagi keluarga pemilik. Operasionalnya, Fotocopy X Favorite Photo menggunakan bahan baku yang berasal dari produsen dan distributor lokal. Pengadaan kertas, tinta, alat tulis, dan perlengkapan lainnya dilakukan melalui pemasok setempat. Penggunaan bahan baku lokal ini turut mendukung perputaran ekonomi daerah serta membantu mengurangi ketergantungan terhadap produk impor, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal. Usaha ini juga tidak difungsikan sebagai tempat berkumpul atau bersosialisasi bagi mahasiswa maupun komunitas tertentu. Konsumen datang semata-mata untuk memenuhi kebutuhan layanan fotokopi, pencetakan, atau pembelian alat tulis, kemudian meninggalkan lokasi setelah transaksi selesai. Kebijakan ini diterapkan untuk menjaga ketertiban, kenyamanan, dan kelancaran operasional usaha serta tidak mengganggu lingkungan sekitar.

Aspek Lingkungan (AMDAL Mini)

Berkaitan dengan kegiatan operasional sehari-hari, Fotocopy X Favorite Photo menghasilkan limbah berupa potongan kertas dan kertas bekas. Limbah tersebut dikelola dengan cara dikumpulkan dan dimanfaatkan kembali. Kertas bekas yang masih layak digunakan dimanfaatkan sebagai kertas catatan atau nota, sedangkan sisa kertas lainnya dijual kepada pengepul. Upaya ini dilakukan untuk mengurangi volume sampah serta mendukung pengelolaan limbah yang lebih ramah lingkungan. Pengelolaan usaha juga memperhatikan dampak lingkungan sekitar. Penggunaan mesin fotokopi diatur agar tidak menimbulkan kebisingan yang berlebihan, serta penggunaan listrik dan kertas dilakukan secara efisien. Dengan pengelolaan yang baik, aktivitas usaha tidak menimbulkan gangguan bagi masyarakat sekitar dan tetap menjaga kenyamanan lingkungan. Fotocopy X Favorite Photo mematuhi peraturan kebersihan dan pengelolaan sampah yang berlaku di wilayah kota. Sampah dipilah sesuai jenisnya dan dibuang pada tempat yang telah disediakan. Area usaha dibersihkan secara rutin untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan konsumen. Kepatuhan terhadap kebersihan ini mencerminkan kepedulian usaha terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat sekitar.

SIMPULAN

Usaha Fotocopy X Favourite Photo memiliki potensi keberlanjutan dan prospek yang cukup baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Hal ini didukung oleh faktor lokasi strategis yang dekat dengan kampus dan kawasan perkantoran, yang memudahkan akses pelanggan, terutama mahasiswa, sebagai segmen utama. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, harga yang terjangkau, serta layanan yang cepat dan ramah menjadi keunggulan kompetitif utama usaha ini. Aspek ekonomi dan keuangan, usaha ini mampu menghasilkan laba bersih yang cukup menguntungkan dan waktu pengembalian modal yang relatif singkat sekitar 10-11 bulan, menunjukkan kelayakan secara finansial. Legalitas usaha yang sudah ada, seperti SIUP dan NPWP, mendukung proses operasional dan kepercayaan konsumen. Meskipun pengelolaan usaha dilakukan secara sederhana dan berbasis keluarga, dari segi teknis operasional juga dinilai cukup memadai.

Tantangan yang perlu diperhatikan termasuk ketergantungan terhadap pasokan listrik dan sistem pencatatan keuangan yang masih manual. Sementara itu, usaha ini juga menerapkan prinsip syariah dalam transaksi dan mengutamakan aspek etika dalam kegiatan operasionalnya. Secara keseluruhan, usaha Fotocopy X Favourite Photo layak untuk dipertahankan dan dikembangkan,

sekaligus memerlukan peningkatan dalam aspek manajemen dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing di masa mendatang.

REFERENSI

Adelia, M., Wadi, M. A., Haryanti, S., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). Overview studi kelayakan bisnis. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, *1*(4), 1–8.

Adnyana, I. M. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).

Aghliyah, S., & Rohman, A. (2024). ANALISIS ASPEK TEKNIS DAN OPERASIONAL PADA UMKM LEGEN DITINJAU DARI STUDI KELAYAKAN BISNIS Suci. *Ekomadania*, *8*(1), 40–53.

Aisyah. (n.d.). *Analisis kriteria investasi pada cv. ilmi di kota makassar*. 455–465.

Arifah, N. Al, & Misidawati, D. N. (2024). Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, *3*(1), 20–31.

Christiano, M., Tommy, P., & Saerang, I. (2014). ANALISIS TERHADAP RASIO-RASIO KEUANGAN UNTUK MENGUKUR PROFITABILITAS PADA BANK-BANK SWASTA YANG GO PUBLIC DI BURSA EFEK INDONESIA. *EMBA*, *2*(4), 817–830.

Hafizh, M. A., Rangkuti, N. A., Azyura, R., & Lestrai, T. D. (2025). ASPEK TEKNIS DAN OPERASIONAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(1), 315–325.

Irsan, & Permana, K. W. A. (2021). Pengaruh Aspek Pemasaran , Aspek Teknik , Dan Aspek Keuangan Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Pendapatan Peternak Walet Di Kecamatan Lalan Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, *10*(2), 89–105.

Sari, W. P., & Obadja, N. N. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Manajemen. *JURNAL EKONOMIKA45*, *11*(1), 440–448.

Savana, A. putri, Azwan, D., & Anggara, Li. (2024). Studi kelayakan bisnis dari aspek teknis dan operasional. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, *1*(4), 583–592.

Widyasari, Tjahjadi, C., & Bunjamin, S. A. (2024). Pelatihan Membuat Proyeksi Laporan Laba Rugi dalam Suatu Bisnis untuk Siswa SMA. *Jurnal Pustaka Mitra*, *4*(6), 217–221.