



Analisis Kelayakan Usaha Ditinjau Dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus Pada Usaha Print & Fotocopy Disekitar UIN Raden Fatah Palembang Kampus B)

Business Feasibility Analysis Reviewed from Marketing Aspects (Case Study on Print & Photocopy Business around UIN Raden Fatah Palembang Campus B)

Trisa Maulina¹, Vinna Vallen Varisca², Nazwa Rahmadiyah³, Melisa⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: trisamaulina520@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 01-05-2025

Revised : 03-05-2025

Accepted : 05-05-2025

Published : 07-05-2025

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of printing and photocopying businesses around UIN Raden Fatah Palembang Campus B with a focus on marketing aspects. In today's digital era, the need for printing and photocopying services remains high, especially in educational environments. The method used in this study is descriptive analysis with data collection through surveys and interviews with business owners and customers. The results of the study indicate that there is significant market potential, supported by the increasing number of students and the need for various printed documents. In addition, competition analysis shows that although there are several similar businesses, there are still opportunities for service differentiation, such as competitive price offerings and better service quality. Effective marketing strategies, including promotions through social media and cooperation with student organizations, are also identified as key factors in attracting customers. The conclusion of this study is that printing and photocopying businesses around UIN Raden Fatah Palembang Campus B have good feasibility from a marketing aspect, with recommendations to improve service quality and strengthen marketing strategies in order to achieve a larger market share

Keywords: *Business Feasibility, Business, Marketing Aspects*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha percetakan dan fotokopi di sekitar UIN Raden Fatah Kampus B Palembang dengan fokus pada aspek pemasaran. Di era digital saat ini, kebutuhan akan jasa percetakan dan fotokopi masih tinggi, terutama di lingkungan pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pengumpulan data melalui survei dan wawancara kepada pemilik usaha dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat potensi pasar yang cukup besar, didukung oleh jumlah mahasiswa yang terus meningkat dan kebutuhan akan berbagai dokumen cetak. Selain itu, analisis persaingan menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa usaha sejenis, masih terdapat peluang untuk melakukan diferensiasi layanan, seperti penawaran harga yang kompetitif dan kualitas layanan yang lebih baik. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk promosi melalui media sosial dan kerja sama dengan organisasi kemahasiswaan, juga diidentifikasi sebagai faktor kunci dalam menarik pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa usaha percetakan dan fotokopi di sekitar UIN Raden Fatah Kampus B Palembang memiliki kelayakan yang baik dari aspek pemasaran, dengan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat strategi pemasaran guna meraih pangsa pasar yang lebih besar

Kata Kunci: **Kelayakan Usaha, Bisnis, Aspek Pemasaran**



PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini berlangsung dengan sangat cepat. Kita dapat menemukan berbagai jenis usaha yang berbeda dalam kehidupan sehari-hari. Melanjutkan suatu pekerjaan dapat menjadi peluang untuk meningkatkan kualitas hidup, dan setiap individu yang berencana untuk terjun ke dunia bisnis dapat melakukannya. Saat ini, jika seseorang melihat adanya kebebasan untuk melanjutkan pekerjaannya, maka orang tersebut berpotensi meraih keuntungan dari bisnis yang dijalankannya.

Dalam konteks ekonomi, setiap usaha dituntut untuk terus berkembang dan berinovasi agar dapat mencapai tahap-tahap tertentu yang berkaitan dengan ekspansi dan perbaikan. Untuk mencapai kemajuan dalam bisnis, diperlukan pengaturan yang terukur dalam mengevaluasi pencapaian usaha. Dalam studi kelayakan bisnis, perspektif pasar dan pemasaran menjadi faktor penting, karena keduanya menentukan keberlangsungan atau kegagalan suatu organisasi dalam dunia bisnis. Pendekatan praktis dalam bisnis ditandai dengan pengaturan semua aktivitas yang bertujuan untuk merancang, menentukan biaya, serta mengembangkan produk yang tepat untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini (Rofa Dkk, 2021).

Studi kelayakan bisnis adalah suatu evaluasi atau analisis yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu investasi akan memberikan manfaat atau hasil yang diharapkan jika dilaksanakan. Konsep studi kelayakan bisnis sudah dikenal luas oleh masyarakat, terutama mereka yang terlibat dalam dunia usaha. Banyak peluang dan kesempatan yang muncul dalam kegiatan bisnis memerlukan penilaian untuk mengetahui sejauh mana kegiatan dan peluang tersebut dapat memberikan keuntungan jika bisnis dijalankan (Purwanda, 2022).

Usaha print dan fotocopy merupakan salah satu sektor yang masih memiliki relevansi tinggi di era digital saat ini, terutama di lingkungan pendidikan. Di sekitar kampus, seperti UIN Raden Fatah Palembang Kampus B, kebutuhan akan layanan ini terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah mahasiswa dan aktivitas akademik yang memerlukan dokumen cetak. Layanan print dan fotocopy tidak hanya dibutuhkan untuk keperluan tugas kuliah, tetapi juga untuk berbagai kegiatan organisasi, seminar, dan keperluan administratif lainnya. Oleh karena itu, analisis kelayakan usaha dari aspek pemasaran menjadi sangat penting untuk memahami potensi pasar dan strategi yang dapat diterapkan untuk menarik pelanggan. Dalam konteks ini, aspek pemasaran mencakup identifikasi target pasar, analisis kompetisi, serta strategi promosi yang efektif (Kotler Dkk, 2016). Pemahaman yang mendalam tentang pasar dan perilaku konsumen adalah kunci untuk merancang strategi pemasaran yang sukses. Selain itu, selaras dengan penelitian oleh Tjiptono dan Chandra (2016) menunjukkan bahwa diferensiasi layanan dan kualitas produk dapat menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan di pasar yang padat (Tjiptono Dkk, 2016).

Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi bagaimana usaha print dan fotocopy di sekitar UIN Raden Fatah dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha print dan fotocopy di sekitar UIN Raden Fatah Palembang Kampus B dengan fokus pada aspek pemasaran. Dengan melakukan analisis ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi usaha serta rekomendasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha (Sari Dkk, 2018).



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dimana data yang diperoleh secara langsung dilapangan melalui survei dan wawancara. Subyek peneltian ini bertempat di Jl. Pangeran Ratu No.3, 8 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30267, Indonesia.. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 2 orang yang terdiri dari pemilik MANDIRI Print & Fotocopy dan Konsumennya. Analisis data yang digunakan yaitu, analisis deskriptif dari hasil wawancara terkait kelayakan usaha dari aspek pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, people, physical evidence dan proses.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran umum/ profil usaha

MANDIRI Print & Fotocopy adalah usaha yang menyediakan layanan print dan fotocopy dengan fokus pada kualitas dan kepuasan pelanggan. Berlokasi strategis di sekitar UIN Raden Fatah Palembang Kampus B, usaha ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum yang memerlukan layanan cetak dokumen, fotocopy, dan layanan terkait lainnya yang beralamatkan di Jl. Pangeran Ratu No.3, 8 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30267, Indonesia. Layanan yang Diberikan diantaranya ada Fotocopy : Layanan fotocopy dokumen hitam-putih dan berwarna dengan berbagai ukuran. Print: Layanan cetak dokumen, termasuk print warna dan hitam-putih, serta berbagai jenis kertas. Laminating: Pelayanan laminasi untuk melindungi dokumen penting. Penjilidan: Menyediakan berbagai jenis penjilidan untuk laporan, skripsi, dan dokumen lainnya. Desain Grafis : Layanan desain untuk kebutuhan poster, brosur, dan materi promosi lainnya.

Target pasar MANDIRI Print & Fotocopy meliputi :

- a. Mahasiswa dan pelajar yang membutuhkan layanan cetak dan fotocopy untuk tugas dan keperluan akademik.
- b. Masyarakat umum yang membutuhkan layanan cetak untuk keperluan pribadi atau bisnis.

Dalam sehari perkiraan ada 40 – 50 konsumen. Mengingat hasil pertemuan penulis dengan pemilik bahwa kelemahan yang dihadapi sekarang adalah tentang kemajuan bisnis.

2. Kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pemasaran pada usaha MANDIRI Print & Fotocopy.

Adapun 7 aspek pemasaran yang diterapkan pada usaha MANDIRI Print & Fotocopy, adalah sebagai berikut :

a. Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan dan kebutuhan.terdapat dua macam produk yaitu barang dan jasa yang mana sama sama menjadi kebutuhan masyarakat. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen perlu dilakukan peningkatan kualitas dari produk dan mempertahankanny, karena hal tersebut menjadi daya tarik konsumen dalam membeli suatu produk. Kualitas cetakan , kecepatan dan kerapian pengerjaan serta layanan yang kompleks. Proses penyediaan layanan print



dan fotocopy hingga diterima oleh konsumen memerlukan manajemen kualitas yang baik. Para penyedia jasa print dan fotocopy harus memahami pentingnya kualitas hasil cetak dan fotocopy untuk menarik minat pelanggan. Produk dari usaha ini berupa dokumen cetak dan fotocopy yang cepat dan efisien, dengan berbagai pilihan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Sari, 2018).

Untuk memberikan yang terbaik dalam menarik perhatian pelanggan, MANDIRI Print & Fotocopy menyediakan berbagai layanan, seperti print dokumen, fotocopy hitam-putih dan berwarna, laminating, serta penjilidan. Setiap layanan dirancang untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda, mulai dari mahasiswa yang membutuhkan tugas kuliah hingga profesional yang memerlukan dokumen penting. Selain konsep layanan, merek dagang juga menjadi kunci keberhasilan dalam usaha ini. Dengan memiliki merek yang kuat, perusahaan dan konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi layanan yang ditawarkan di pasar, serta melindungi diri dari praktik peniruan atau pemalsuan. Pemberian merek yang jelas juga membantu konsumen dalam memilih layanan sesuai dengan kualitas yang diharapkan, karena umumnya mereka memiliki preferensi tertentu terhadap merek yang mereka percayai. Kemasan produk, dalam konteks ini, merujuk pada cara penyajian layanan dan materi promosi yang menarik. Fungsi kemasan tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga untuk menarik perhatian konsumen. Layanan yang ditawarkan harus memperhatikan nilai keandalan, kualitas, dan relevansi dengan kebutuhan masyarakat. Melakukan transaksi yang tidak jelas atau tidak transparan dalam layanan print dan fotocopy dapat menimbulkan potensi penipuan dan ketidakadilan bagi salah satu pihak. Dengan demikian, MANDIRI Print & Fotocopy berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi, menjaga kepercayaan konsumen, dan memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan transparansi dan keadilan (Hidayat, 2020).

b. Harga (Price)

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam usaha print dan fotocopy yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Penetapan harga yang tepat tidak hanya mencerminkan kualitas layanan, tetapi juga berperan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Berikut adalah deskripsi mengenai struktur harga yang umum diterapkan dalam usaha print dan fotocopy. Harga Fotocopy untuk Hitam-Putih: Harga untuk fotocopy dokumen hitam-putih biasanya lebih murah dibandingkan dengan fotocopy berwarna. Rata-rata harga berkisar antara Rp 200 hingga Rp 500 per lembar, tergantung pada ukuran dan jumlah salinan. Dan untuk yang Berwarna: Fotocopy berwarna biasanya dikenakan biaya lebih tinggi, berkisar antara Rp 1.000 hingga Rp 2.500 per lembar, tergantung pada kualitas kertas dan jenis tinta yang digunakan. Harga Print Dokumen. Hitam-Putih: Untuk layanan print dokumen hitam-putih, harga biasanya berkisar antara Rp 300 hingga Rp 700 per lembar. Harga ini dapat bervariasi tergantung pada ukuran kertas dan jumlah halaman. Berwarna: Harga untuk print dokumen berwarna berkisar antara Rp 1.500 hingga Rp 3.500 per lembar, tergantung pada kualitas hasil cetak dan jenis kertas yang dipilih. Harga Laminating Layanan laminating biasanya dikenakan biaya berdasarkan ukuran dokumen. Harga berkisar antara Rp 5.000 hingga Rp 20.000 per lembar, tergantung pada jenis laminasi (misalnya, laminasi glossy atau matte). Harga Penjilidan Biaya untuk penjilidan bervariasi tergantung pada jenis penjilidan yang dipilih. Jilid spiral dapat



dikenakan biaya sekitar Rp 10.000 hingga Rp 30.000 per dokumen, sedangkan jilid hardcover dapat mencapai Rp 50.000 atau lebih, tergantung pada ukuran dan kompleksitas(Wibowo, 2019).

c. Place (tempat)

Menurut Swastha, lokasi adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas bisnis dilaksanakan. Hurriyati menjelaskan bahwa "place" (tempat) merujuk pada lokasi pelayanan jasa jika berkaitan dengan produk industri jasa, sedangkan untuk produk industri manufaktur, istilah ini diartikan sebagai saluran distribusi. Kotler dan Armstrong mendefinisikan tempat atau lokasi sebagai area pemasaran yang melibatkan aktivitas untuk menciptakan, memelihara, atau mengubah perilaku dan sikap terhadap lokasi tertentu. Selain itu, lokasi juga merupakan faktor penting yang sangat mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengunjungi dan berbelanja. Pemilihan lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di masa depan. Hal ini disebabkan oleh pengaruh lokasi terhadap strategi pemasaran produk, penjualan, dan keuntungan. Jika usaha berada di lokasi yang strategis, maka akan memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha dan mendistribusikan produk, sehingga meningkatkan visibilitas dan berpotensi meningkatkan penjualan serta keuntungan yang diperoleh.

d. Promosi

Promosi merupakan elemen yang digunakan untuk menginformasikan dan meyakinkan pasar mengenai produk baru dari perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh. Berbagai media dapat dimanfaatkan, seperti media cetak, internet, media sosial, serta secara langsung di lokasi usaha. Selain itu, sistem penjualan pribadi juga diterapkan untuk meningkatkan angka penjualan. Strategi promosi lainnya mencakup pemasangan spanduk di depan Usaha MANDIRI Print & Fotocopy. Strategi promosi yang diterapkan oleh Usaha MANDIRI Print & Fotocopy meliputi penempatan lokasi usaha di peta untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi. Selain itu, informasi juga disebarluaskan melalui media sosial dan rekomendasi dari konsumen kepada konsumen lainnya. Pemasangan spanduk di depan Usaha MANDIRI Print & Fotocopy berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus penanda usaha.

e. People (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu elemen kunci dalam keberhasilan usaha print dan fotocopy. Kualitas dan kompetensi SDM dapat mempengaruhi layanan yang diberikan, kepuasan pelanggan, serta efisiensi operasional. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait SDM dalam usaha print dan fotocopy: Kualifikasi dan Pelatihan, Karyawan yang bekerja di usaha print dan fotocopy perlu memiliki kualifikasi yang sesuai, seperti pemahaman tentang mesin cetak, teknik fotocopy, dan penggunaan perangkat lunak desain grafis. Pelatihan berkala sangat penting untuk memastikan karyawan tetap up-to-date dengan teknologi terbaru dan tren industri. Keterampilan Layanan Pelanggan Karyawan harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan kemampuan untuk memberikan layanan pelanggan yang memuaskan. Mereka perlu mampu menjelaskan layanan yang ditawarkan, memberikan saran yang



tepat, dan menangani keluhan pelanggan dengan baik. Manajemen Waktu dan Efisiensi Dalam usaha print dan fotocopy, manajemen waktu sangat penting untuk memenuhi tenggat waktu pelanggan. Karyawan harus terampil dalam mengatur waktu dan mengelola proses kerja agar layanan dapat diberikan dengan cepat dan efisien. Kerja Tim Kerja sama antar karyawan sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Karyawan perlu saling mendukung dan berkolaborasi untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan bersama. Kepuasan Karyawan Kepuasan karyawan juga berpengaruh pada kinerja mereka. Usaha yang memberikan lingkungan kerja yang baik, insentif, dan kesempatan untuk berkembang cenderung memiliki karyawan yang lebih termotivasi dan produktif (Sari, 2018).

Pada Usaha MANDIRI Print & Fotocopy ada beberapa karyawan yang direkrut yaitu sebanyak 3 karyawan. dalam pengelolaan keuangannya dicatat pengeluaran dan pemasukannya secara rinci dan mengefektifkan pembelian alat dan bahan. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah berusaha memenuhi konsumen secepat mungkin, ramah terhadap pembeli, menerima complain, serta saran dan kritik dari pembeli dan terus berusaha memberikan layanan yang terbaik untuk konsumen agar melaukan pembelian secara berulang. Pada Usaha MANDIRI Print & Fotocopy biasanya terbuka pada jam 08.00 WIB hingga 17.00 WIB.

f. Physical evidence atau bukti fisik

Dalam konteks usaha print dan fotocopy merujuk pada semua elemen fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan, yang berkontribusi terhadap pengalaman mereka saat menggunakan layanan. Bukti fisik ini sangat penting karena dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Berikut adalah beberapa aspek dari bukti fisik yang relevan dalam usaha print dan fotocopy: Lingkungan Fisik Desain interior dan eksterior tempat usaha sangat mempengaruhi kesan pertama pelanggan. Ruang yang bersih, rapi, dan terorganisir dengan baik akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Misalnya, penataan meja kerja, area tunggu, dan tempat pelayanan harus dirancang agar mudah diakses dan menarik. Peralatan dan Mesin Kualitas dan kondisi mesin cetak dan fotocopy yang digunakan juga merupakan bagian dari bukti fisik. Mesin yang modern dan terawat dengan baik tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memberikan kepercayaan kepada pelanggan bahwa mereka akan mendapatkan hasil cetak yang berkualitas tinggi. Perlengkapan dan Material Bahan yang digunakan, seperti jenis kertas, tinta, dan perlengkapan lainnya, juga berkontribusi pada bukti fisik. Penggunaan bahan berkualitas tinggi dapat meningkatkan hasil akhir dan kepuasan pelanggan. Identitas Visual Logo, warna, dan desain branding yang konsisten di seluruh materi promosi dan di lokasi usaha juga merupakan elemen penting. Identitas visual yang kuat membantu menciptakan citra merek yang positif dan mudah diingat oleh pelanggan. Materi Promosi Bukti fisik juga mencakup materi promosi seperti spanduk, brosur, dan kartu nama yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan. Materi ini harus dirancang dengan baik dan informatif untuk memberikan gambaran yang jelas tentang layanan yang ditawarkan. Sarana Pelayanan Dokumen fisik seperti tiket, struk pembayaran, dan label produk juga merupakan bagian dari bukti fisik yang dapat



mempengaruhi pengalaman pelanggan. Penyajian yang rapi dan profesional dari dokumen ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha (Sari, 2018).

g. Proses

Proses dalam usaha print dan fotocopy mencakup serangkaian langkah yang dilakukan untuk menyediakan layanan kepada pelanggan, mulai dari penerimaan pesanan hingga penyelesaian dan pengiriman produk akhir. Berikut adalah deskripsi proses yang umum dilakukan dalam usaha print dan fotocopy : Penerimaan Pesanan proses dimulai dengan penerimaan pesanan dari pelanggan. Pelanggan dapat mengajukan permintaan secara langsung di lokasi usaha, melalui telepon, atau secara online. Pada tahap ini, staf akan mencatat detail pesanan, termasuk jenis layanan (fotocopy, print, laminating, dll.), jumlah salinan, ukuran, dan spesifikasi lainnya. Konsultasi dan Penjelasan Layanan setelah menerima pesanan, staf akan memberikan penjelasan mengenai layanan yang tersedia, termasuk pilihan kertas, jenis tinta, dan opsi finishing. Jika diperlukan, staf juga dapat memberikan saran untuk meningkatkan hasil akhir sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Persiapan File jika pelanggan membawa file digital, proses selanjutnya adalah memeriksa dan mempersiapkan file tersebut untuk dicetak. Ini termasuk memastikan format file sesuai, melakukan editing jika diperlukan, dan mengatur layout agar sesuai dengan ukuran kertas yang diinginkan. Pencetakan dan Fotocopy setelah file siap, proses pencetakan atau fotocopy dilakukan. Mesin cetak atau fotocopy yang digunakan harus dalam kondisi baik untuk memastikan hasil yang berkualitas. Staf akan memantau proses ini untuk menghindari kesalahan dan memastikan bahwa semua salinan sesuai dengan permintaan. Finishing setelah pencetakan selesai, produk akan melalui proses finishing, yang dapat mencakup laminating, penjilidan, atau pemotongan. Proses ini bertujuan untuk memberikan sentuhan akhir yang profesional pada produk. Pemeriksaan Kualitas sebelum produk diserahkan kepada pelanggan, dilakukan pemeriksaan kualitas untuk memastikan bahwa semua salinan memenuhi standar yang ditetapkan. Jika ada kesalahan atau cacat, produk akan diperbaiki atau dicetak ulang. Penyerahan Produk setelah semua proses selesai dan produk telah diperiksa, produk akan diserahkan kepada pelanggan. Staf akan memastikan bahwa pelanggan puas dengan hasilnya dan memberikan informasi mengenai cara perawatan produk jika diperlukan. Tindak Lanjut beberapa usaha juga melakukan tindak lanjut setelah penyerahan produk untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan. Ini dapat membantu dalam meningkatkan layanan di masa mendatang (Hidayat, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang ditinjau dari aspek pemasaran pada usaha print dan fotocopy di sekitar UIN Raden Fatah Palembang Kampus B, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang baik untuk berkembang. Faktor-faktor seperti lokasi strategis, permintaan yang tinggi dari mahasiswa dan Masyarakat sekitar, serta keberagaman layanan yang ditawarkan menjadi keunggulan kompetitif. Namun, untuk meningkatkan daya saing, penting bagi pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk promosi yang tepat, peningkatan kualitas layanan, dan pemanfaatan media sosial. Dengan demikian, usaha print dan fotocopy ini dapat mencapai keberhasilan dan keberlanjutan dalam jangka panjang. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Usaha MANDIRI Print & Fotocopy menerapkan alternatif strategi dari segi



pasar dan pemasaran sehingga dapat dikatakan bahwa Usaha MANDIRI Print & Fotocopy layak untuk dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Tsamrotur Rofa, Iir Rizki Meilani, Ade Mija Hasibuan, Nur Kurnia Nasution, Ahmad, `` Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis``. VISA: Journal of Visions and Ideas Vol. 1 No 1., 2021
- Eka Purwanda, Raden Willa Permatasari, `` Business Feasibility Study Analysis on MSME Development of Tempe Pak Iwan Bandung Business in terms of Production Aspects, Marketing Aspects and Financial Aspects``. Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA) Vol.2, No.4, 2022.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi
- Sari, R. A., & Prabowo, H. (2018). Analisis Kelayakan Usaha pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Sektor Jasa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 45-60.
- Hidayat, R., & Rahman, A. (2020). "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Era Digital." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 123-135.
- Wibowo, A., & Setiawan, B. (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Fotocopy." *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 78-89.
- Sari, R. A., & Prabowo, H. (2018). "Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Usaha Kecil." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 67-78.