

ANALISIS KESUKSESAN USAHA FOTOCOPY DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA SUKOHARJO DAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Roman Hetrianto¹, Mathilda Sri Lestari², Suprpto³

¹Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Univet Bantara Sukoharjo

^{2,3} Staf Pengajar Program studi Teknik Industri Univet Bantara Sukoharjo

¹romanhetri92@gmail.com, ²mathildasrilestari@yahoo.com, ³suprptodd@yahoo.co.id

ABSTRAK

Usaha fotocopy merupakan salah satu usaha dengan persaingan yang sangat pesat. Usaha fotocopy banyak kita temui dilingkungan pendidikan (sekolah atau kampus) dan lingkungan perkantoran. Semakin banyaknya usaha fotocopy yang tersedia semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk menentukan mana usaha fotocopy yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. dan menyediakan pelayanan yang lengkap dan bagus. Sehingga usaha fotocopy dilingkungan kampus selalu dituntut untuk melakukan inovasi sebagai akibat dari kebutuhan pangsa pasar yang dinamis. Objek penelitian ini adalah usaha fotocopy yang terdapat pada lingkungan kampus Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo dan Unieversitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian yang dilakukan adalah untk menentukan faktor-faktor kesuksesan pada usaha fotocopy. Langkah yang dilakukan meliputi penentuan usaha Fotocopy di lingkungan kampus Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo dan Unieversitas Muhammadiyah Surakarta, menentukan indikator kesuksesan, survei market share, menentukan usaha Fotocopy yang akan diteliti berdasarkan diagram pareto, menentukan karakter usaha sukses berdasarkan analisis atribut produk dan analisis konsumen, pemetaan pada kanvas strategi, uji korelasi dan menarik kesimpulan. Berdasarkan kanvas strategi, usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara yang paling sukses adalah usaha Fotocopy H.1. Faktor penyebab kesuksesannya adalah faktor pelayanan, kualitas fotocopy, kualitas jilid hard cover, kualitas jilid lakban, faktor fasilitas, luas toko, pencahayaan, lay-out dan faktor jam buka. Sedangkan usaha Fotocopy di lingkungan kampus UMS yang paling sukses adalah usaha Fotocopy E.2, penyebab kesuksesannya adalah faktor harga fotocopy HVS.

Kata kunci: market share, diagram pareto, kanvas strategi, uji korelasi.

PENDAHULUAN

Usaha merupakan kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Hughes dan Kapoor, dalam Alma 2005). Dunia usaha sekarang berkembang sangat pesat, banyak usaha-usaha yang didirikan dilingkungan perkotaan, pedesaan, lingkungan perkantoran dan juga lingkungan pendidikan seperti lingkungan kampus misalnya. Lokasi untuk mendirikan sebuah usaha juga pasti akan menyesuaikan dengan bidang usaha tersebut, seperti pelayanan apa yang akan diberikan oleh usaha tersebut, untuk siapa pelayanan tersebut tepat diberikan. Seiring pesatnya perkembangan dunia usaha, para pelaku usaha (wirausaha) juga pasti akan menciptakan ide-ide untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan tujuan menarik perhatian konsumen.

Usaha fotocopy merupakan salah satu usaha dengan persaingan yang sangat pesat. Usaha fotocopy banyak kita temui dilingkungan pendidikan (sekolah atau kampus) dan lingkungan perkantoran. Usaha fotocopy dilingkungan pendidikan dan lingkungan perkantoran akan selalu dituntut untuk melakukan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo (Univet Bantara Sukoharjo) adalah universitas yang berada di Kabupaten Sukoharjo, dengan jumlah mahasiswa sebanyak 7500 orang. Hal tersebut merupakan salah satu faktor dimana dilingkungan Univet Bantara Sukoharjo banyak terdapat usaha fotocopy. Jasa yang ditawarkan usaha fotocopy sesuai dengan apa yang dibutuhkan mahasiswa, secara umum jasa yang ditawarkan adalah fotocopy itu sendiri, jilid buku, laminating, print, cetak foto, scan, menjual alat tulis kantor (ATK), dan adapula usaha fotocopy yang menyediakan jasa pengetikan dan pengolahan data. Sekitar lokasi Univet Bantara Sukoharjo juga terdapat kantor Pemerintah Kabupaten Sukoharjo, beberapa sekolah tingkat SMA, kantor Pengadilan Negeri. Sehingga usaha fotocopy dilingkungan Univet Bantara Sukoharjo ini selalu ramai setiap harinya. Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) adalah universitas yang terletak di Surakarta dengan jumlah mahasiswa sebanyak 12000 orang. Sama halnya seperti dilingkungan Univet Bantara Sukoharjo, di lingkungan UMS ini juga terdapat banyak usaha fotocopy dengan berbagai macam pelayanan yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

Semakin banyaknya usaha fotocopy yang tersedia semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk menentukan mana usaha fotocopy yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. dan menyediakan pelayanan yang lengkap dan bagus. Sehingga usaha fotocopy dilingkungan kampus selalu dituntut untuk melakukan inovasi sebagai akibat dari kebutuhan pangsa pasar yang dinamis. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini akan meneliti tentang analisis kesuksesan usaha fotocopy dilingkungan kampus Univet Bantara Sukoharjo dan UMS. Tujuan dari analisis kesuksesan usaha fotocopy ini adalah dapat mengetahui bagaimana usaha fotocopy dengan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian terdahulu tentang analisis kesuksesan juga pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Haryoko (2008) melakukan penelitian tentang produk sukses *handphone*. Dalam penelitiannya ditemukan faktor sukses *handphone* diantaranya adalah karakter desain yang simple dan menarik yang didukung dengan kombinasi warna produk, kualitas layar yang halus dan tajam, harga produk dan harga perlengkapan yang relatif rendah, tingkat kemudahan penggunaan yang cukup baik, dan tingkat ergonomi produk yang tinggi.

Istiqlalayah (2009) menganalisa persaingan pada *handphone high end* beserta perhitungan model karakteristik kesuksesan. Karakter yang membedakan *handphone high end* dengan kelas lain adalah performa, desain, portabilitas, serta brand value yang tinggi berdasarkan konsumen.

Pramudi (2010) melakukan riset mengenai produk-produk sukses berbasis teknologi kategori *me-too*. Produk yang diambil adalah produk peramban dan *handphone*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk peramban yang muncul sebagai produk sukses adalah Mozilla Firefox dan produk *handphone* yang muncul sebagai produk sukses adalah Beyond B9000. Karakteristik kesuksesan antar *me-too* produk terdapat pada brand value dengan tingkat kepercayaan sebesar 90% berdasarkan hasil uji korelasi.

Mathilda (2011) meneliti mengenai analisis kesuksesan produk minuman suplemen. Faktor-faktor yang membedakan pada produk minuman suplemen adalah estetika kemasan, khasiat, rasa, perbandingan *additive ingredients*, petunjuk, varian rasa, harga, dan tahun peluncuran produk.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah usaha fotocopy yang terdapat di lingkungan Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo dan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sejumlah 8 usaha fotocopy terdapat di kampus Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo dan sejumlah 16 usaha foto copy terdapat di kampus Universitas

Muhammadiyah Surakarta. Berikut produk dan pelayanan yang disediakan dari hasil observasi pada usaha fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara Sukoharjo dan UMS.

Tabel 1. Daftar Produk Usaha Fotocopy di Sekitar Kampus Univet Bantara

No.	Nama Usaha	Produk
1.	Fotocopy A.1	1. Fotocopy (HVS, kwarto, folio, A3, buram) 2. Jilid (hard cover/skripsi, soft cover, biasa) 3. Press 4. Laminating 5. Print
2.	Fotocopy B.1	1. Fotocopy (HVS, kwarto, buram, perbesar & perkecil, transparansi) 2. Jilid (skripsi, makalah, laporan, tugas) 3. Pengetikan 4. Laminating dan press
3.	Fotocopy C.1	1. Fotocopy 2. Laser print 3. Print 4. Cetak foto 5. Scan 6. Jilid (hard cover, soft cover, mika, dll.) 7. Service laptop
4.	Fotocopy D.1	1. Pengetikan 2. Print warna 3. Edit skripsi 4. Olah data 5. Fotocopy 6. Jilid skripsi 7. Press dan laminating 8. Alat Tulis Kantor (ATK)
5.	Fotocopy E.1	1. Print (warna, Leser) 2. Fotocopy (HVS dan buram) 3. Laminating 4. Jilid (spiral, mika, soft cover, hard cover) 5. Alat-alat kantor 6. Pengetikan dan olah data
6.	Fotocopy F.1	1. Fotocopy 2. Alat Tulis Kantor (ATK)
7.	Fotocopy G.1	1. Fotocopy (HVS-buram) 2. Jilid (lakban, soft cover, bendel majalah, dll.)
8.	Fotocopy H.1	1. Fotocopy (HVS dan buram) 2. Jilid (skripsi, spiral, soft cover, bendel majalah, press tepi) 3. Laminating 4. Print (warna, Leser) 5. Alat-alat kantor

Pada Tabel 1 dapat dilihat hasil observasi lapangan lingkungan kampus Univet Bantara yaitu terdapat 8 usaha fotocopy dengan bermacam-macam produk dan pelayanan.

Tabel 2. Daftar Produk Usaha Fotocopy di Sekitar Kampus UMS

No.	Nama Usaha	Produk
1.	Fotocopy A.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy 2. Print (hitam putih dan warna) 3. Jilid 4. Scan 5. Cetak Foto 6. Burning CD/VCD 7. Laminating/press
2.	Fotocopy B.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy dan print (A3, HVS 60-70 gr, A4 70-80-100 gr, HVS warna 60-70 gr, transparan/OHP, buram) 2. Press dan laminating (ijazah, ktp, foto, laminating ukuran A3) 3. Jilid (cover warna, hard cover (skripsi/tesis), soft cover, langsung/buku, cover mika, spiral kawat, plastik, porto folio)
3.	Fotocopy C.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy 2. Press 3. Jilid 4. Laminating 5. Jilid hard cover/skripsi 6. Scanning
4.	Fotocopy D.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy (kwarto A4 70-80 gr, folio F4 60-70 gr, A3, transparan/OHP) 2. Jilid (hard cover/skripsi, soft cover, buku, spiral/ring, mika-manila) 3. Press dan laminating (dokumen penting, ijazah, ktp)
5.	Fotocopy E.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy (A3, HVS 60-70 gr, A4 70-80-100 gr, HVS warna 60-70 gr, transparan/OHP, buram) 2. Print 3. Laminating/press 4. Jilid soft cover 5. Jilid hard cover/skripsi
6.	Fotocopy F.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy (HVS, buram, kwarto) 2. Press 3. Laminating 4. Print 5. Alat-alat tulis
7.	Fotocopy G.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy 2. Laminating 3. Jilid cover 4. Jilid spiral plastik 5. Alat Tulis Kantor (ATK)
8.	Fotocopy H.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotocopy (HVS-buram) 2. Jilid 3. Print dan olah data 4. Alat-alat tulis

Tabel 2. Daftar Produk Usaha Fotocopy di Sekitar Kampus UMS (lanjutan)

No.	No.	Produk
9.	Fotocopy I.2	1. Fotocopy 2. Jilid (cover warna, soft cover, hard cover/skripsi) 3. Print 4. Cetak foto 5. Pengetikan
10.	Fotocopy J.2	1. Fotocopy (HVS dan buram) 2. Jilid 3. Scan 4. Press 5. Laminating 6. Alat-alat tulis
11.	Fotocopy K.2	1. Fotocopy (HVS dan buram) 2. Printing 3. Penjilidan (cover warna, soft cover, hard cover) 4. Alat Tulis Kantor (ATK)
12.	Fotocopy L.2	1. Fotocopy (kwarto/A4, folio, OHP) 2. Jilid 3. Press/laminating
13.	Fotocopy M.2	1. Fotocopy (HVS, buram) 2. Jilid 3. Print 4. Pengetikan/olah data
14.	Fotocopy N.2	1. Fotocopy 2. Jilid 3. Print 4. Scan dan cetak foto 5. Press dan laminating
15.	Fotocopy O.2	1. Fotocopy (buram-HVS) 2. Olah data 3. Print 4. Jilid (hard cover, soft cover, spiral, mika, dll.) 5. Scan dokumen
16.	Fotocopy P.2	1. Fotocopy (HVS-buram, kwarto, folio, A3) 2. Pengetikan data 3. Penjilidan 4. Printing 5. Press/laminating 6. Alat Tulis Kantor (ATK)

Pada Tabel 2 dapat dilihat hasil observasi lapangan lingkungan kampus Univet Bantara yaitu terdapat 8 usaha fotocopy dengan bermacam-macam produk dan pelayanan.

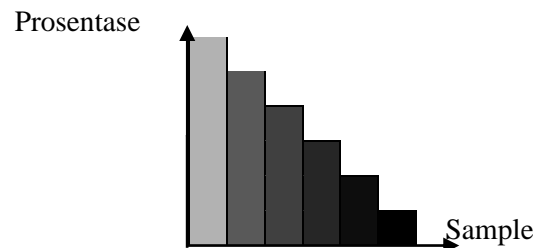
Tahap Penelitian

Berdasarkan Diagram Alir pada Gambar 1, maka akan dijelaskan tahapan-tahapan penelitian.

Langkah 1 : Menentukan objek penelitian. Objek pada penelitian ini ada usaha foto copy yang terletak di lingkungan kampus Univet Bantara Sukoharjo dan UMS dengan jarak terdekat dengan kampus ± 120 meter dan jarak terjauh ± 200 meter, dengan rata-rata jarak antara usaha fotocopy satu dengan yang lainnya adalah 29 meter.

Langkah 2 :Menentukan Indikator Kesuksesan. Indikator tingkat kesuksesan pada penelitian ini diketahui dengan menghitung banyaknya penjualan kertas dalam satuan lembaran. Untuk menghitung indikator kesuksesan tersebut digunakan persamaan untuk *Market Share* = (Jumlah Penjualan Perusahaan) / (Jumlah penjualan industri). *Market share* adalah jumlah produk yang diminta oleh pasar, jumlah penjualan perusahaan adalah jumlah penjualan perusahaan dalam waktu tertentu, dan jumlah penjualan industri adalah Jumlah penjualan Industri dalam waktu tertentu.

Langkah 3 : Menentukan Objek Penelitian menggunakan Diagram Pareto. Prinsip Pareto menunjukkan bahwa 20% penyebab diakibatkan oleh 80% akibat. Prinsip Pareto diterapkan dengan diagram pareto dengan klasifikasinya diurutkan dari kiri ke kanan. Contoh Diagram Pareto adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Diagram Pareto (Kaoru Ishakawa, 1989)

Langkah 4 : Menentukan Karakter Usaha Sukses Berdasarkan Atribut Produk. Data analisis atribut produk didapatkan melalui data primer. Data primer yang didapatkan berupa harga Fotocopy HVS dan jam buka. Dari data aktual yang telah didapat, kemudian dilakukan pemberian skor untuk masing-masing usaha Fotocopy. Selanjutnya dilakukan pembagian kategori dan perangkingan terhadap masing-masing usaha Fotocopy sesuai dengan tinggi rendahnya skor.

Langkah 5 : Menentukan Karakter Usaha Sukses Berdasarkan Analisis Konsumen. Analisis konsumen yang diteliti meliputi pelayanan, kualitas, dan fasilitas. Langkah-langkah analisis persepsi konsumen. Setelah semua data persepsi konsumen diperoleh kemudian diberi skor pembandingan kepada masing-masing usaha Fotocopy lalu dilakukan pengelompokan berdasarkan faktor-faktor yang ada dan diberikan perangkingan terhadap tinggi rendahnya skor.

Langkah 6 : Kanvas Strategi. Kanvas strategi merupakan sebuah kerangka kerja analitis yang penting bagi inovasi nilai dan penciptaan samudra biru, penciptaan ruang pasar yang belum ada pesaingnya dan tanpa kompetisi (Kim dan Mauborgne, 2006). Pada penelitian ini kanvas strategi yang digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor penyebab kesuksesan usaha sehingga dapat dibandingkan antar faktor yang ada terhadap masing-masing usaha dan akhirnya dapat diketahui faktor mana yang menyebabkan suatu usaha dapat mencapai kesuksesan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Produk Sukses

Berdasarkan data penjualan kertas dalam satuan lembar (*market share*) pada tabel 3 dan tabel 4 dapat dibuat diagram pareto untuk mengetahui usaha Fotocopy di lingkungan kampus

Univet Bantara dan UMS yang dapat dikategorikan sebagai usaha sukses. Usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara dan UMS yang sukses adalah yang masuk dalam 80% *market share* yang selanjutnya akan digunakan dalam obyek penelitian. Untuk usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara dan UMS yang tidak masuk dalam 80% *market share* tidak akan dievaluasi karena jumlah *market share*nya sedikit, yaitu kurang dari 5%.

Tabel 3. Data penjualan kertas rata-rata perhari Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus Univet Bantara

No.	Usaha Fotocopy	Market Share (lembar)	Presentase	Kumulatif
1.	Fotocopy H.1	11500	31,85	31,85
2.	Fotocopy A.1	9000	24,92	56,77
3.	Fotocopy E.1	5000	13,85	70,62
4.	Fotocopy C.1	3500	9,69	80,31
5.	Fotocopy D.1	3010	8,34	88,65
6.	Fotocopy B.1	2100	5,82	94,47
7.	Fotocopy G.1	1500	4,15	98,62
8.	Fotocopy F.1	500	1,38	100
Total		36110	100	

Tabel 4. Data penjualan kertas rata-rata perhari Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus UMS

No.	Usaha Fotocopy	Market Share (lembar)	Presentase	Kumulatif
1.	Fotocopy E.2	40617	36,28	36,28
2.	Fotocopy K.2	30898	27,6	63,88
3.	Fotocopy J.2	17885	15,97	79,85
4.	Fotocopy A.2	3597	3,21	83,06
5.	Fotocopy D.2	2645	2,36	85,42
6.	Fotocopy B.2	2040	1,81	87,23
7.	Fotocopy G.2	1740	1,56	88,79
8.	Fotocopy P.2	1734	1,54	90,33
9.	Fotocopy I.2	1705	1,52	91,85
10.	Fotocopy N.2	1570	1,5	93,35
11.	Fotocopy F.2	1550	1,37	94,72
12.	Fotocopy H.2	1500	1,3	96,02
13.	Fotocopy O.2	1250	1,11	97,13
14.	Fotocopy M.2	1130	1	98,13
15.	Fotocopy L.2	1060	0,97	99,1
16.	Fotocopy C.2	1010	0,9	100
Total		111931	100	

Tabel 5. Ringkasan korelasi indikator kesuksesan usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara.

Nama Fotocopy	Parameter	Faktor yang dikaji	Nilai Korelasi	Nilai signifikan	Keterangan
1. H.1 2. A.1 3. E.1 4. C.1	<i>Market share</i>	Pelayanan	0.881	0.119	Berkorelasi
		Kualitas Fotocopy	0.798	0.202	Berkorelasi
		Kualitas jilid hard cover	0.578	0.422	Berkorelasi
		Kualitas Jilid biasa	-0.119	0.881	Tidak Berkorelasi

Tabel 5. Ringkasan korelasi indikator kesuksesan usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara (lanjutan)

Nama Fotocopy	Parameter	Faktor yang dikaji	Nilai Korelasi	Nilai signifikan	Keterangan
1. H.1 2. A.1 3. E.1 4. C.1	Market share	Fasilitas	0.997	0.003	Berkorelasi
		Luas Toko	0.982	0.018	Berkorelasi
		Pencahayaan	0.946	0.054	Berkorelasi
		Jumlah server	0.678	0.322	Berkorelasi
		Lay-out	0.816	0.184	Berkorelasi
		Harga Fotocopy	-0.319	0.681	Tidak berkorelasi
		Jam buka	-0.41	0.59	Tidak berkorelasi

Tabel 6. Ringkasan korelasi indikator kesuksesan usaha Fotocopy di lingkungan kampus UMS

Nama Fotocopy	Parameter	Faktor yang dikaji	Nilai Korelasi	Nilai signifikan	Keterangan
1. E.2 2. K.2 3. J.2	Market share	Pelayanan	-0.405	0.735	Tidak berkorelasi
		Kualitas Fotocopy	0.963	0.174	Berkorelasi
		Kualitas jilid hard cover	-0.715	0.492	Tidak berkorelasi
		Kualitas Jilid Biasa	0.405	0.735	Tidak berkorelasi
		Fasilitas	-0.57	0.614	Tidak berkorelasi
		Luas Toko	0.661	0.54	Berkorelasi
		Pencahayaan	0.083	0.947	Tidak berkorelasi
		Jumlah server	0.405	0.735	Tidak berkorelasi
		Lay-out	0.997	0.053	Berkorelasi
		Harga Fotocopy	-1	0.001	Tidak berkorelasi
		Jam buka	0.821	0.386	Berkorelasi

Analisis Kesuksesan Produk Berdasarkan Kanvas Strategi

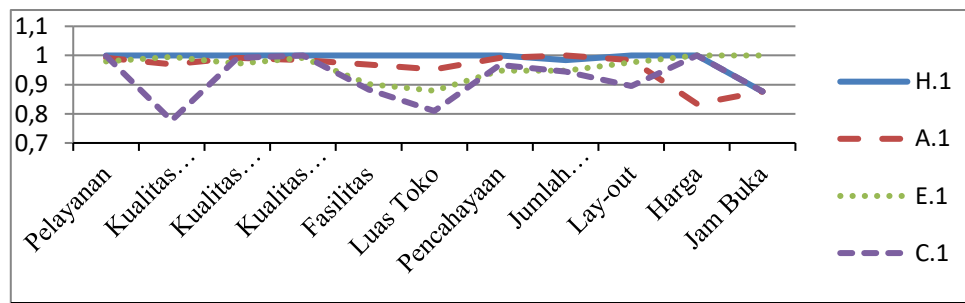
Faktor-faktor penyebab kesuksesan usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara dan UMS yang dijadikan obyek penelitian meliputi faktor pelayanan, kualitas fotocopy, kualitas jilid hard cover, kualitas jilid lakban, fasilitas, luas toko, pencahayaan, jumlah server, lay-out, harga Fotocopy HVS, dan jam buka.

Analisis kesuksesan usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara dan UMS dilakukan dengan membandingkan faktor-faktor penyebab kesuksesan yang digambarkan dalam kanvas strategi.

Tabel 7. Perbandingan Faktor-Faktor Penyebab Kesuksesan Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus Univet Bantara

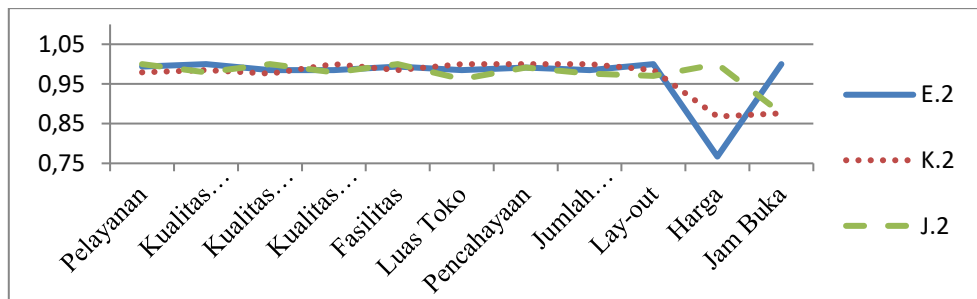
Faktor	H.1	A.1	E.1	C.1
Pelayanan	1	0,992	0,98	0,998
Kualitas Fotocopy	1	0,97	0,995	0,777
Kualitas Jilid Hard Cover	1	0,992	0,972	0,992
Kualitas Jilid Lakban	1	0,984	0,992	1
Fasilitas	1	0,969	0,902	0,883
Luas Toko	1	0,952	0,879	0,81
Pencahayaayan	1	0,992	0,948	0,968
Jumlah Server	0,984	1	0,948	0,945
Lay-out	1	0,984	0,976	0,895
Harga	1	0,834	1	1
Jam Buka	0,876	0,876	1	0,876

Analisis berdasarkan grafik kanvas strategi



Gambar 3. Kanvas Strategi Faktor-Faktor Penyebab Kesuksesan Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus Univet Bantara

Usaha Fotocopy di lingkungan kampus Univet Bantara yang paling sukses berdasarkan *market share* Fotocopy H.1. Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa faktor penyebab kesuksesan usaha Fotocopy H.1 adalah faktor pelayanan, kualitas Fotocopy, kualitas jilid hard cover, kualitas jilid lakban, faktor fasilitas, luas toko, pencahayaan, *lay-out* dan faktor jam buka.



Gambar 4. Kanvas Strategi Faktor-Faktor Penyebab Kesuksesan Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus UMS

Sedangkan usaha Fotocopy di lingkungan kampus UMS yang paling sukses berdasarkan *market share* adalah Fotocopy E.2. Berdasarkan Gambar 4 menunjukkan bahwa faktor penyebab kesuksesan usaha Fotocopy E.2 adalah faktor harga, pada grafik menunjukkan garis harga tersebut lebih rendah dari harga usaha Fotocopy lain artinya harga Fotocopy lebih murah dari usaha Fotocopy lainnya yang ada di lingkungan kampus UMS.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Usaha Fotocopy yang paling sukses di lingkungan kampus Univet Bantara ialah usaha Fotocopy H.1, penyebab kesuksesan berdasarkan dari analisis persepsi konsumen yaitu faktor pelayanan, kualitas Fotocopy, kualitas jilid hard cover, kualitas jilid lakban, faktor fasilitas, faktor luas toko, faktor pencahayaan, faktor jumlah server, dan faktor *lay-out*. Sedangkan usaha Fotocopy yang paling sukses di lingkungan kampus UMS ialah usaha Fotocopy E.2, penyebab kesuksesannya terdapat pada analisis atribut produk yaitu pada segi harga Fotocopy HVS.

Saran

Penelitian ini nantinya juga dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian lain khususnya tentang kesuksesan usaha Fotocopy dan dapat memberikan masukan pada setiap pengusaha Fotocopy khususnya dalam mengelola usahanya agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 1889. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Haryoko, S. 2008. Analisis Karakteristik Kesuksesan Produk Handphone. Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Ishikawa, Kaoru. 1989. *Teknik Penuntun Pengendalian Mutu*. Jakarta: PT. Mediyatama Sarana Perkasa.
- Istiqlalayah, H. 2009. Karakter Produk Sukses Pada Produk Telepon Genggam Kelas *High End*. Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Kim, Chan dan Renee Mauborgne. 2006. *Strategi Samudra Biru (Blue Ocean Strategy)*. Jakarta: Serambi
- Lestari, Mathilda S. 2011. Analisis Kesuksesan Produk Minuman Suplemen. Tesis, Program Studi Teknik Industri. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Permana, Pramudi Ringga. 2010. Analisis Kesuksesan Produk-Produk Berbasis Teknologi Kategori *Me-Too*. Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.