

STRATEGI MENINGKATKAN PROFITABILITAS USAHA PADA GRAFIS STUDIO FOTO SINTANG

Evvy Ratnasari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univesitas Kapuas. Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia. Email: evvyratnasari.erando@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze strategies to improve business profitability at Grafis Studio Foto Sintang. Increasing competition in the photography and digital printing industry requires business actors to continuously improve service quality, customer satisfaction, communication media, and promotional strategies to maintain competitiveness. This study employed a qualitative descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving the manager, employees, and customers of Grafis Studio Foto Sintang. Data were analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that service quality has been maintained through employee training, responsiveness to customer feedback, and the use of modern technology. Customer satisfaction is achieved through quality photo results, friendly service, and timely completion of orders. Social media, particularly Instagram, has become an effective communication medium to expand market reach, although its utilization has not been fully optimized. Promotional activities have been conducted through digital marketing and community participation; however, consistency in content publication and customer engagement remains a challenge. The study concludes that improving service quality, strengthening customer relationships, optimizing digital marketing, and enhancing promotional consistency are strategic efforts that can increase business profitability at Grafis Studio Foto Sintang.*

Keywords: *profitability, service quality, promotion, social media, photography business.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan profitabilitas usaha pada Grafis Studio Foto Sintang. Persaingan usaha fotografi dan digital printing yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, pemanfaatan media komunikasi, serta strategi promosi agar mampu mempertahankan daya saing. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan manajer, karyawan, dan pelanggan Grafis Studio Foto Sintang. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dipertahankan melalui pelatihan staf, penggunaan teknologi modern, dan respons terhadap umpan balik pelanggan. Kepuasan konsumen dibangun melalui hasil foto yang berkualitas, pelayanan yang ramah, dan ketepatan penyelesaian pesanan. Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, terbukti membantu memperluas jangkauan pasar meskipun belum dimanfaatkan secara optimal. Strategi promosi telah dilakukan melalui pemasaran digital dan partisipasi dalam berbagai kegiatan masyarakat, namun masih diperlukan konsistensi dalam publikasi konten dan interaksi dengan pelanggan. Penelitian menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, penguatan hubungan dengan pelanggan, optimalisasi media sosial, dan promosi yang berkelanjutan merupakan strategi yang dapat meningkatkan profitabilitas usaha Grafis Studio Foto Sintang.

Kata Kunci: profitabilitas; kualitas pelayanan; promosi; media sosial; usaha fotografi.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada era digital telah meningkatkan tingkat persaingan di berbagai sektor, termasuk usaha jasa fotografi dan percetakan. Kemajuan teknologi digital telah mengubah perilaku masyarakat dalam mendokumentasikan berbagai kegiatan, sehingga pelaku usaha fotografi dituntut mampu memberikan layanan yang berkualitas, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Persaingan yang semakin kompetitif tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga pada kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan. Kondisi tersebut mengharuskan setiap pelaku usaha memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan profitabilitas.

Grafis Studio Foto Sintang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang fotografi dan digital printing yang menyediakan berbagai layanan, antara lain studio foto, dokumentasi acara, percetakan banner, undangan, brosur, stiker, kartu nama, serta berbagai kebutuhan desain grafis lainnya. Seiring berkembangnya jumlah usaha sejenis di Kabupaten Sintang, perusahaan menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggan sekaligus meningkatkan keuntungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, pemanfaatan media komunikasi, dan kegiatan promosi yang efektif.

Profitabilitas merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Tingkat profitabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya penjualan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta menjalankan strategi pemasaran yang efektif. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga berdampak langsung terhadap peningkatan keuntungan perusahaan.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Grafis Studio Foto Sintang telah berupaya meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, penggunaan teknologi fotografi modern, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala, seperti belum optimalnya evaluasi kepuasan pelanggan, kurang konsistennya aktivitas promosi digital, serta lambatnya respons terhadap beberapa permintaan pelanggan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan dan pencapaian profitabilitas usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan Grafis Studio Foto Sintang dalam meningkatkan profitabilitas usaha melalui aspek kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, media komunikasi, dan promosi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha jasa fotografi dalam menyusun strategi bisnis yang mampu meningkatkan daya saing sekaligus

keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai strategi yang diterapkan Grafis Studio Foto Sintang dalam meningkatkan profitabilitas usaha melalui kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, pemanfaatan media komunikasi, dan promosi. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena berdasarkan pengalaman dan persepsi informan secara langsung.

Penelitian dilaksanakan di Grafis Studio Foto Sintang, Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat. Lokasi penelitian dipilih karena perusahaan bergerak di bidang jasa fotografi dan digital printing yang menghadapi persaingan usaha cukup tinggi sehingga memerlukan strategi bisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas.

Subjek penelitian terdiri atas manajer, dua orang karyawan, dan empat orang pelanggan Grafis Studio Foto Sintang. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling untuk manajer dan karyawan karena dianggap memahami kondisi perusahaan secara menyeluruh, sedangkan pelanggan dipilih menggunakan accidental sampling, yaitu pelanggan yang ditemui saat penelitian dan bersedia memberikan informasi sesuai kebutuhan penelitian.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan

dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam menggunakan pedoman wawancara yang memuat pertanyaan mengenai kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, media komunikasi, dan promosi kepada manajer, karyawan, serta pelanggan. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas pelayanan, penggunaan media komunikasi, dan strategi promosi yang diterapkan perusahaan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa profil perusahaan, struktur organisasi, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga informasi yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tahapan tersebut dilakukan secara berkesinambungan sejak proses pengumpulan data hingga diperoleh temuan penelitian yang mampu menjelaskan strategi peningkatan profitabilitas usaha pada Grafis Studio Foto Sintang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan sebagai Strategi Meningkatkan Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi

strategi utama yang diterapkan Grafis Studio Foto Sintang dalam meningkatkan profitabilitas usaha. Perusahaan berupaya mempertahankan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, penggunaan peralatan fotografi yang modern, serta peningkatan kemampuan teknis dalam menghasilkan produk fotografi dan percetakan yang berkualitas. Selain itu, perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Strategi tersebut dinilai mampu menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer, kualitas pelayanan dipertahankan melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan penggunaan teknologi terbaru agar hasil foto yang dihasilkan tetap sesuai dengan harapan pelanggan. Karyawan juga menyampaikan bahwa perusahaan selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik meskipun masih terdapat beberapa kendala, terutama pada waktu respons terhadap permintaan revisi pelanggan. Di sisi lain, pelanggan menilai hasil foto yang dihasilkan memiliki kualitas baik, namun mengharapkan peningkatan kecepatan pelayanan pada beberapa jenis pesanan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan profitabilitas perusahaan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mendorong

terjadinya pembelian ulang serta promosi dari mulut ke mulut (word of mouth). Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mampu menciptakan nilai bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang bagi peningkatan profitabilitas usaha.

Kepuasan Konsumen sebagai Faktor Pendukung Profitabilitas

Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen diperoleh melalui hasil pekerjaan yang berkualitas, keramahan karyawan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, serta kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup memuaskan karena karyawan mampu memberikan solusi sesuai dengan keinginan konsumen serta menghasilkan foto yang berkualitas. Namun demikian, masih terdapat beberapa pelanggan yang mengharapkan peningkatan koordinasi internal agar proses pelayanan menjadi lebih cepat.

Bagi perusahaan jasa, kepuasan pelanggan merupakan aset yang sangat penting karena berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung menggunakan kembali jasa perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang

lain. Kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan karena biaya memperoleh pelanggan baru relatif lebih besar dibandingkan mempertahankan pelanggan lama.

Hasil penelitian ini mendukung teori bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi kepuasan pelanggan secara berkala, misalnya melalui survei sederhana atau media digital, sehingga setiap masukan pelanggan dapat dijadikan dasar dalam memperbaiki kualitas pelayanan.

Pemanfaatan Media Komunikasi dalam Meningkatkan Profitabilitas

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi antara perusahaan dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Grafis Studio Foto Sintang telah memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana komunikasi dan promosi usaha. Media sosial digunakan untuk menampilkan hasil karya fotografi, memberikan informasi mengenai layanan, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Akan tetapi, pemanfaatan media sosial tersebut belum dilakukan secara maksimal karena belum terdapat jadwal publikasi konten yang konsisten dan pengelolaan media sosial masih dilakukan secara sederhana.

Media sosial memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk

meningkatkan jangkauan pemasaran dengan biaya yang relatif rendah. Selain sebagai media promosi, media sosial juga menjadi sarana membangun citra perusahaan, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan memperoleh umpan balik secara langsung. Oleh karena itu, konsistensi dalam mengelola media sosial menjadi faktor penting dalam mendukung peningkatan profitabilitas usaha.

Temuan penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian mengenai pemasaran digital yang menyatakan bahwa media sosial mampu meningkatkan brand awareness, memperluas pasar, dan membangun loyalitas pelanggan apabila dikelola secara profesional. Oleh sebab itu, perusahaan disarankan untuk menyusun strategi pemasaran digital yang lebih terencana melalui publikasi konten secara berkala, penyajian portofolio hasil karya, serta interaksi aktif dengan pelanggan.

Strategi Promosi dalam Meningkatkan Profitabilitas

Promosi merupakan salah satu strategi yang digunakan Grafis Studio Foto Sintang untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa promosi dilakukan melalui media sosial, penyebaran informasi dari mulut ke mulut, serta partisipasi dalam berbagai kegiatan masyarakat. Strategi tersebut dinilai cukup efektif dalam memperkenalkan layanan perusahaan kepada masyarakat, meskipun intensitas promosi masih belum optimal.

Berdasarkan hasil wawancara, perusahaan belum memanfaatkan kerja sama dengan content creator atau influencer sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Padahal, penggunaan influencer dapat meningkatkan jangkauan promosi kepada calon pelanggan baru, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Selain itu, perusahaan juga belum memiliki program promosi yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga dampaknya terhadap peningkatan jumlah pelanggan belum maksimal.

Secara teoritis, promosi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang berfungsi menyampaikan informasi, membujuk, serta mengingatkan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan secara konsisten akan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan bisnis serta meningkatkan peluang memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi peningkatan profitabilitas Grafis Studio Foto Sintang tidak hanya bergantung pada peningkatan penjualan, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, efektivitas komunikasi, dan promosi. Keempat aspek tersebut saling berkaitan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sekaligus meningkatkan daya saing perusahaan.

Di antara seluruh strategi yang diterapkan, kualitas pelayanan

merupakan faktor yang paling dominan karena menjadi dasar terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang memperoleh pengalaman pelayanan yang baik cenderung melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan lainnya. Selanjutnya, pemanfaatan media sosial yang lebih optimal akan memperluas jangkauan promosi sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan baru.

Dengan demikian, peningkatan profitabilitas pada Grafis Studio Foto Sintang dapat diwujudkan melalui integrasi antara pelayanan yang berkualitas, kepuasan pelanggan, komunikasi pemasaran digital, serta promosi yang dilakukan secara konsisten. Strategi tersebut tidak hanya meningkatkan pendapatan perusahaan dalam jangka pendek, tetapi juga memperkuat keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri fotografi dan digital printing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi meningkatkan profitabilitas usaha pada Grafis Studio Foto Sintang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, media komunikasi, dan promosi.

Kualitas pelayanan yang diberikan telah berjalan dengan baik melalui pelayanan yang ramah, penggunaan peralatan yang memadai, serta kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga mampu meningkatkan

kepuasan konsumen. Namun demikian, perusahaan masih perlu meningkatkan kecepatan pelayanan dan melakukan evaluasi kualitas layanan secara berkala.

Kepuasan konsumen tercipta karena hasil foto yang berkualitas, pelayanan yang baik, dan penyelesaian pesanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan tersebut memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan serta mendorong terjadinya pembelian ulang.

Pemanfaatan media komunikasi, khususnya media sosial, telah membantu perusahaan dalam memperluas jangkauan pemasaran, memberikan informasi kepada pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Meskipun demikian, pengelolaan media sosial masih perlu ditingkatkan agar lebih konsisten dan menarik.

Strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial dan promosi dari mulut ke mulut telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Namun, perusahaan masih perlu mengembangkan strategi promosi yang lebih kreatif dan berkelanjutan agar mampu meningkatkan daya saing serta profitabilitas usaha.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Grafis Studio Foto Sintang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, evaluasi pelayanan secara berkala, serta peningkatan kecepatan dalam merespons kebutuhan pelanggan

sehingga kepuasan konsumen dapat terus dipertahankan.

2. Perusahaan perlu meningkatkan pemanfaatan media komunikasi, khususnya media sosial, dengan membuat konten yang lebih kreatif, melakukan publikasi secara konsisten, serta memperkuat interaksi dengan pelanggan agar jangkauan pemasaran semakin luas.
3. Strategi promosi perlu dikembangkan melalui program promosi yang lebih inovatif, seperti pemberian potongan harga pada momen tertentu, program loyalitas pelanggan, kerja sama dengan komunitas maupun *content creator*, sehingga mampu menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsari, R., & Hermanto, S. B. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur aktiva, dan likuiditas terhadap struktur modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi 5). Yogyakarta: Andi.