

# Pendampingan Strategi Pemasaran pada Sablonan Baju Kompak Printing

Yeni Rokhilawati<sup>1\*</sup>, Arisa Fitri Umami<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Ibrahimy, Genteng, Banyuwangi

\*Corresponding author

E-mail: [yeniwati3103@gmail.com](mailto:yeniwati3103@gmail.com)\*

## Article History:

Received: Apr, 2026

Revised: Apr, 2026

Accepted: Apr, 2026

**Abstract:** Kegiatan pengabdian ini berfokus pada pendampingan strategi pemasaran pada UMKM Kompak Printing yang bergerak di bidang sablon kaos di Banyuwangi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi usaha, menganalisis proses produksi dan biaya, serta merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Metode yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi dengan melibatkan pelaku usaha dan pihak terkait. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Kompak Printing telah memiliki proses produksi yang cukup baik dan terstruktur, namun masih terbatas dalam aspek pemasaran yang hanya menjangkau pasar lokal. Analisis Break Even Point menunjukkan bahwa usaha harus menjual minimal 500 unit untuk mencapai titik impas. Oleh karena itu, disarankan pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

## Keywords:

Strategi Pemasaran, UMKM, Sablon Kaos, Pemasaran Digital, Kompak Printing

## Pendahuluan

Salah satu persaingan bisnis adalah usaha penjualan pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan dasar manusia sehingga bisnis ini akan selalu ada dan berkembang dari masa ke masa (Putra, 2023). Pakaian yang umum dipakai adalah kaos. Kaos merupakan pakaian yang nyaman dipakai untuk kegiatan sehari-hari, sehingga membuatnya populer disemua kalangan. Desain dan tren kaos akan terus berkembang mengikuti tren dan perkembangan jaman. Para produsen harus mampu mencari inovasi agar usahanya bisa bertahan dan berkembang seiring waktu (Arissaputra, 2024).

Desain dan tren kaos yang bermacam-macam akan membuat para konsumen memiliki banyak pilihan. Toko-toko kaos sudah menyediakan berbagai macam desain kaos yang siap dipilih konsumen. Namun, ada juga usaha yang melayani konsumen yang ingin membuat kaos dengan desain sendiri, yaitu usaha sablon kaos. Usaha

sablon kaos berarti konsumen bisa membuat desain yang akan dicetak di kaos sesuai dengan keinginan mereka (Nurzaman et al., 2024).

Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ketahun sesuai dengan kuantitas / kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan (Nofus et al., 2025). Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan. Kreatifitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan.

## Metode

Tujuan akhir dari Participatory Rural Appraisal (PRA) adalah menjaring informasi dari masyarakat desa untuk merumuskan program pembangunan pedesaan secara tepat dan sesuai dengan syarat memiliki multiplier effect, tidak hanya untuk masyarakat lokal sendiri melainkan keberlanjutan lingkungan (Muhsin et al., 2018). Apabila syarat tersebut dapat dipenuhi, maka masyarakat akan lebih sadar dengan potensi dan masalah yang mereka hadapi untuk dicarikan solusi bersama dan juga terbiasa untuk melakukan musyawarah demi mencapai mufakat. Pada pelaksanaan pengabdian dengan metode PRA di Desa Kekait memiliki beberapa tahapan yang terdiri dari: 1. Persiapan PRA: Pelatihan, Penyusunan Tim PRA, Pendefinisian tujuan PRA, Pembuatan Desain Kegiatan PRA, dan Kunjungan Awal untuk wawancara berbagai sektor. Tujuannya adalah untuk bekal awal fasilitator dalam mengenal kondisi desa secara keseluruhan. 2. Pelaksanaan PRA: Penjelasan Maksud, Tujuan, dan Proses PRA, Diskusi Penggalan Informasi, Pendokumentasian Hasil Diskusi, Presentasi Hasil Diskusi, dan Perumusan Rencana Aksi.

Adapun alat PRA yang digunakan yaitu: 1) Pemetaan Desa; 2) bagan arus keluar masukan, yang digunakan untuk mengetahui integrasi antara sektor pertanian sebagai penghasil bahan baku dengan sektor industri dan pariwisata; 3) Bagan Potensi dan Masalah dari sektor pertanian, industri rumah tangga dan pariwisata; 4) kalender musim untuk mengetahui tahapan budidaya per masing-masing komoditas di Desa Kekait dikaitkan dengan musimnya; 5) Diagram Venn untuk mengetahui kelembagaan mana yang saling berkaitan antara satu sama lain 3. Monitoring dan Evaluasi Monitoring dilakukan dengan pembagian angket sebelum kegiatan PRA dilakukan dan juga setelah kegiatan PRA dilakukan. Angket ini berfungsi untuk

melakukan penilaian pengetahuan masyarakat tentang eksplorasi potensi masalah dalam pengembangan desa agrowisata. Selain itu monitoring dilakukan dengan melakukan wawancara sebelum kegiatan sosialisasi berlangsung. Wawancara dilakukan kepada 4 aktor kunci, yakni Kepala Desa, Kelompok Tani, BUMDes dan



juga Pelaku Industri Rumah Tangga

Gambar 1. Banner Kompak Printing

## Hasil

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kompak Printing yang bergerak di bidang sablon kaos dan desain. Usaha ini dipimpin oleh Bapak Anwar dan berlokasi di Desa Kaligondo, Dusun Kali Wadung, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Kompak Printing didirikan pada tahun 2021 dan termasuk dalam kategori usaha menengah. Saat ini usaha tersebut mempekerjakan 2 orang tenaga kerja dengan produk utama berupa baju sablon yang dipasarkan secara lokal di wilayah Desa Wadung dan Kecamatan Genteng.



### *Gambar 3. Proses Wawancara*

Proses produksi pada Kompak Printing dimulai dari pemilihan printer DTF yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Setelah itu, proses dilanjutkan dengan pembuatan desain menggunakan software desain grafis seperti Adobe Photoshop. Desain yang telah dibuat kemudian dicetak menggunakan printer DTF dan dipindahkan ke media transfer film. Tahap selanjutnya adalah pemilihan bahan kaos, di mana cotton combed menjadi bahan yang paling umum digunakan karena nyaman dipakai. Setelah proses pencetakan pada film selesai, gambar kemudian diaplikasikan ke kaos menggunakan alat press dalam proses penyablonan. Tahap terakhir adalah finishing, yaitu memastikan hasil sablon rapi, kuat, dan siap untuk dipasarkan kepada pelanggan.

Dalam kegiatan produksinya, Kompak Printing mengeluarkan beberapa jenis biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Biaya bahan baku meliputi transfer film DTF, printer, tinta DTF, hot gun, bubuk lem sablon, serta bahan kaos. Biaya tenaga kerja dibayarkan secara mingguan dengan kisaran minimal Rp650.000 hingga Rp1.000.000, tergantung pada jumlah produksi dan pesanan yang masuk. Pada periode tertentu seperti bulan Agustus, pendapatan tenaga kerja meningkat karena adanya lonjakan permintaan. Selain itu, biaya overhead perusahaan mencapai sekitar Rp74.000.000 yang mencakup pembelian printer Epson sebanyak dua unit, heat press, alat sablon, tinta sablon, komputer, kertas transfer film, bubuk perekat DTF, peralatan ATK, sewa tempat, biaya listrik dan air, serta biaya lain-lain yang mendukung operasional usaha.

Berdasarkan perhitungan Break Even Point (BEP), diketahui bahwa biaya tetap sebesar Rp15.000.000 dengan biaya variabel per unit sebesar Rp15.000 dan harga jual sebesar Rp45.000 per unit. Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil bahwa perusahaan harus menjual minimal 500 unit produk agar mencapai titik impas. Jika penjualan melebihi 500 unit maka perusahaan akan memperoleh keuntungan, sedangkan jika kurang dari jumlah tersebut maka akan mengalami kerugian. Penetapan harga jual juga menggunakan metode break even pricing, di mana harga dihitung berdasarkan total biaya dibagi jumlah produksi, sehingga diperoleh harga jual sebesar Rp45.000 per unit kaos sablon.

Dalam hal desain produk, Kompak Printing memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menentukan desain sesuai keinginan masing-masing. Apabila pelanggan mengalami kesulitan, pihak perusahaan akan membantu memberikan rekomendasi desain yang sesuai. Untuk menjaga kualitas produk, perusahaan

menggunakan bahan sablon premium yang tidak mudah luntur serta nyaman digunakan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengamatan, manajemen layout atau tata letak fasilitas produksi di Kompak Printing sudah cukup baik karena penempatan alat dan area kerja sudah mendukung kelancaran proses produksi. Selain itu, kondisi lingkungan kerja juga cukup nyaman bagi para pekerja. Dari sisi sumber daya manusia, tenaga kerja di perusahaan ini dinilai cukup baik karena bekerja dengan teliti, rajin, dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Untuk pengembangan usaha ke depan, disarankan agar Kompak Printing meningkatkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan platform online shop. Hal ini bertujuan agar produk lebih dikenal secara luas, tidak hanya di lingkungan sekitar, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan perkembangan usaha di masa mendatang.

## **Diskusi**

Berdasarkan hasil penelitian pada UMKM Kompak Printing, dapat diketahui bahwa usaha ini telah menjalankan proses produksi dengan cukup baik dan terstruktur, mulai dari desain, pencetakan menggunakan printer DTF, hingga proses penyablonan dan finishing. Penggunaan teknologi seperti printer DTF dan software desain grafis membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Dari sisi biaya, Kompak Printing memiliki komponen biaya yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja, dan overhead. Biaya overhead menjadi komponen terbesar karena mencakup investasi peralatan produksi. Sistem upah tenaga kerja yang disesuaikan dengan hasil produksi juga dapat mendorong produktivitas pekerja.

Berdasarkan perhitungan Break Even Point (BEP), perusahaan harus menjual minimal 500 unit agar tidak mengalami kerugian. Harga jual sebesar Rp45.000 per unit sudah sesuai dengan perhitungan biaya sehingga dapat menutup seluruh biaya produksi. Dalam hal pemasaran, usaha ini masih bersifat lokal sehingga perlu pengembangan lebih lanjut melalui media sosial dan platform online agar jangkauan pasar lebih luas. Secara umum, Kompak Printing sudah berjalan cukup baik, namun masih memiliki peluang besar untuk berkembang terutama pada aspek pemasaran.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan di usaha kompak printing dapat

di simpulkan bahwa perusahaan mendisain produk dan mempertahankan kualitas produknya. Perusahaan mendisain produk baju sesuai keinginan pelanggan jadi para pelanggan bisa memilih desain sendiri dan kalau pun bingung akan di carikan desain yang cocok bagi pelanggan dan selanjutnya untuk mempertahankan kualitas produksinya perusahaan menggunakan bahan-bahan sablon yang premium yang tidak mudah luntur yang pastinya nyaman digunakannya. Dalam penulisan observasi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan kekurangan baik dari bentuk maupun isinya. Maka dari itu, Penulis menyarankan kepada pembaca agar ikut peduli, yaitu dengan memberi saran dan kritik demi perbaikan observasi selanjutnya. Dan semoga dengan adanya makalah ini, dapat bermanfaat bagi para pembaca.

### **Daftar Referensi**

- Arissaputra, R. (2024). *PURCHASE INTENTION PRODUK FESYEN LOKAL BERDASARKAN ANALISIS CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Nofus, N., Safitri, D., & Astuti, D. (2025). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Transformasi Teknologi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 1526–1530.
- Nurzaman, F., Febriyanti, S., Hasanah, G., & Alifiany, S. (2024). Transformasi Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Konveksi Kaos Di Desa Mundusari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30–37.
- Putra, A. R. (2023). Analisis Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan pada Industri Fashion Muslim (Studi Kasus pada FOUR-S Moslem). *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 1(1), 91–100.