

UPAYA PENINGKATAN KUALITAS SABLON PADA UMKM KONVEKSI KAOS UNTUK KEBERLANJUTAN PESANAN PELANGGAN DI ERA DISRUPSI

Hibarkah Kurnia¹, Sunita
Dasman², Asep Arwan
Sulaeman³, Krisna Budi
Juliantoro⁴, Rizky Hidayat⁵

^{1,4,5} Prodi Teknik Industri,
Universitas Pelita Bangsa,
Bekasi, Indonesia

² Prodi Ekonomi Manajemen,
Universitas Pelita Bangsa,
Bekasi, Indonesia

³ Prodi Teknik Informatika,
Universitas Pelita Bangsa,
Bekasi, Indonesia

Artikel

Diterima : 24 Juni 2025

Disetujui : 15 Desember 2025

Terbit : 27 Februari 2026

Email :

hibarkah@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) konveksi kaos mengalami pasang surut dalam menjalankan produksi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Menurut data produksi kaos sablon selama tahun 2020-2021 mengalami penurunan yang drastis sebesar 79% dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Di era disrupsi saat ini, produksi kaos tidak hanya terpaku pada kegiatan yang manual tetapi sudah mulai dengan inovasi teknologi baru. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi pada peningkatan kualitas kaos sablon dan menambah strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah penjualan. Pengabdian ini menggunakan metode penyuluhan, pengumpulan data, pelatihan dan memberikan solusi kongkrit pada UMKM konveksi kaos. Pengabdian ini menghasilkan adanya penurunan komplain terbukti dari bulan Apr-Mei 2025 hanya mendapatkan rata-rata komplain 2 kali per bulan dan sudah memenuhi target complain sebanyak 3 kali perbulan atau sebesar 300%, artinya peningkatan kualitas sablon yang sudah didapatkan oleh UMKM. Perbaikan lain yaitu adanya penambahan strategi pemasaran juga meningkat sebagai strategi pemasaran. Hal ini berpengaruh pada peningkatan jumlah penjualan dari tahun 2024 sebesar 91.080 pcs atau rata-rata 7590 pcs perbulan naik menjadi 10.000 pcs perbualan, atau diakhir tahun 2025 harapannya dapat meningkat menjadi 113.800 pcs.

Kata Kunci: Konveksi Kaos, Kualitas Sablon, Keberlanjutan Pesanan, Strategi Pemasaran, Era Disrupsi

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the t-shirt convection sector have experienced ups and downs in carrying out production to meet customer satisfaction. According to data, screen-printed t-shirt production during 2020-2021 experienced a drastic decline of 79% due to the Covid-19 pandemic. In the current era of disruption, t-shirt production is not only focused on manual activities but has begun with new technological innovations. This community service aims to provide solutions to improve the quality of screen-printed t-shirts and add marketing strategies to increase the number of sales. This community service uses counseling methods, data collection, training and providing concrete solutions to MSME t-shirt convection. This community service resulted in a decrease in complaints, proven from April to May 2025, only receiving an average of 2 complaints per month and has met the target of 3 complaints per month or 300%, meaning an increase in the quality of screen printing that has been obtained by MSMEs. Another improvement is the addition of marketing strategies that have also increased as a marketing strategy. This will have an impact on increasing the number of sales from 2024 by 91,080 pcs or an average of 7590 pcs per month, increasing to 10,000 pcs per month, or by the end of 2025, it is hoped that it can increase to 113,800 pcs.

Keywords: T-Shirt Convection, Screen Printing Quality, Order Sustainability, Marketing Strategy, Disruption Era

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) konveksi pakaian masih menjadi prioritas utama dalam menghasilkan pakaian dalam pemenuhan kebutuhan primer manusia. Salah satu kebutuhan primer manusia adalah kebutuhan sandang berupa bahan-bahan yang menutupi tubuh manusia diantaranya pakaian, sepatu, celana dan lain-lain. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari. Pembuatan pakaian yang paling mudah dan simpel adalah pembuatan kaos yang diberi sablon sesuai dengan keinginan pelanggan (Nuryono et al., 2025). Pelanggan lokal di Indonesia mendominasi pesanan dalam hal penjualan UMKM Konveksi kaos, mengingat populasi di Indonesia setiap tahunnya bertambah banyak. Dengan adanya potensi order dari pelanggan di Indonesia, oleh karena itu setiap UMKM konveksi kaos sudah banyak yang beroperasi dalam menjalankan produksi kaos tanpa sablon maupun dengan sablon. Salah satunya yaitu UMKM Mitra Solusi Mandiri (MUM) yang berlokasi di Bandung Jawa Barat sudah beroperasi sejak tahun 2015, artinya sudah 10 tahun.

UMKM MUM ini sudah mengalami pasang surut dalam menjalankan produksi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Menurut data konveksi MUM selama tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami kenaikan setiap tahun bisa tembus 10% peningkatan order dari pelanggan lokal. Adapun beberapa daerah yang menjadi langganan pesanan diantaranya daerah Bandung, Jakarta, Palembang, Medan, Surabaya, Palangkaraya, Makasar dan Papua. Namun pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan yang drastis sebesar 79% dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang menimpa semua negara termasuk Indonesia. Setelah tahun 2022, UMKM MUM mulai bangkit lagi dan mulai adanya order pesanan dari pelanggan-pelanggan lama yang sudah memahami terkait kualitas kaos sablon. Oleh karena itu ini menjadi tantangan bagi UMKM MUM dalam memproduksi kaos sablon dengan kualitas yang baik, memberikan kepuasan pelanggan dan mencari strategi baru dalam memasarkan produk kaos hasil produksi UMKM MUM. Adapun data hasil penjualan selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penjualan Kaos Sablon

Tahun	Hasil Penjualan (pcs)	Rasio Tahun ke Tahun	Keterangan Strategi Pemasaran
2015	52800		Data awal
2016	58080	9%	Order lama 1 strategi
2017	66000	12%	Order lama 1 strategi
2018	73920	11%	Order lama 1 strategi
2019	81840	10%	Order lama 1 strategi
2020	46992	-74%	Order lama 1 strategi (Covid-19)
2021	44616	-83%	Order lama 1 strategi (Covid-19)
2022	52800	16%	Order lama 1 strategi (transisi)
2023	71280	26%	Order lama 1 strategi (transisi)
2024	91080	22%	Order baru (2 strategi)

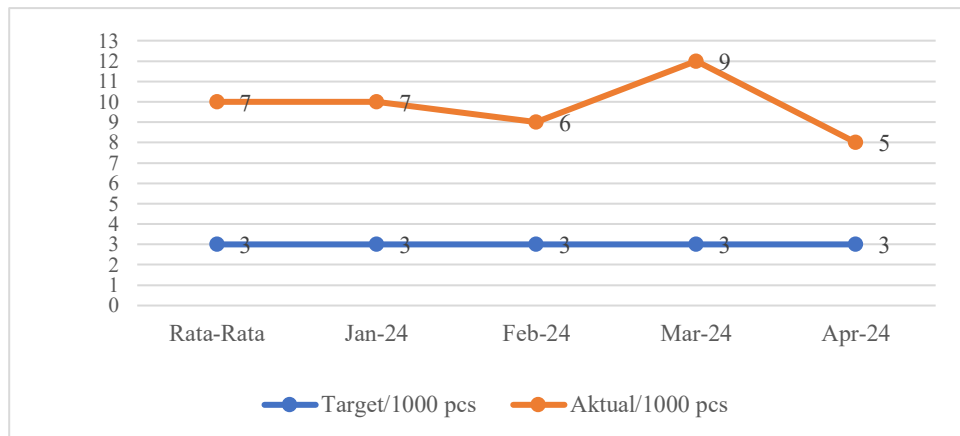
Sumber : Data hasil penjualan selama tahun 2015 - 2024 UMKM MUM, 2025

Berdasarkan Tabel 1, bahwa hasil penjualan kaos sablon berdasarkan data penjualan yang sudah dikirim ke pelanggan melalui data keluaran ke ekspedisi atau kurir. Metode pemasaran yang sudah dilakukan dari tahun 2015 ke tahun 2019 hanya 1 strategi yaitu mengandalkan relasi atau hubungan baik dengan beberapa teman yang ada di beberapa kota. Pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan yang drastis rata-rata 79% dikarenakan Pandemi Covid-19. Setelah itu tahun 2022-2023 mengalami transisi pemulihan order, namun masih 1 strategi yang mulai membangun kepercayaan pasar. Strategi pemasaran tersebut sudah ketinggalan jaman, dimana jaman sekarang sudah mengandalkan teknologi informasi komunikasi melalui aplikasi *e-commerce* dari beberapa data base (Aritonang et al., 2024). Pada tahun 2024 mulai ada pencerahan dengan pemanfaatan teknologi terbukti dengan adanya penambahan dari 1 strategi menjadi 2 strategi melalui media social yaitu *Facebook*. Oleh karena itu diharapkan kedepannya tahun 2025 setiap UMKM, khususnya konveksi kaos dapat juga memanfaatkan *e-commerce* sebagai strategi pemasaran menjadi 4 ide strategi pemasaran.

Di era distrupsi saat ini, produksi kaos tidak hanya terpaku pada kegiatan yang manual tetapi sudah mulai dengan inovasi teknologi baru. Kemudian itu adanya pakian impor yang illegal dari negara lain membuat pengusaha UMKM konveksi kaos berpikir ulang dalam menghadapi persaingan ini. Era distrupsi ini membuat para pengusaha mempertimbangkan adanya biaya yang mahal terhadap investasi mesin yang berteknologi tinggi (Suwandi et al., 2023). Selama ini untuk keuntungan hasil penjualan kaos tidak banyak keuntungan, hanya cukup untuk memenuhi biaya operasional UMKM diantaranya biaya gaji karyawan, biaya pembelian material, biaya energi dan biaya lainnya (Utami et al., 2025). Jika ada mesin teknologi baru yang membutuhkan investasi mahal perlu dipertimbangkan Kembali terkait pengadaan modal, pinjaman modal dan kualitas sablon. Era distrupsi ini membuat pengusaha UMKM harus berpikir bagaimana bisa mempertahankan produksinya dengan biaya produksi yang murah dan terjangkau. Sementara pengusaha juga harus memikirkan bahwa kaos mempunyai fungsi dasar sebagai pelindung tubuh, tetapi juga mencakup aspek gaya dan identitas (Sjarifudin & Kurnia, 2022). Oleh karena itu, jika biaya inovasi teknologi terjangkau, maka setiap UMKM akan mulai beralih sedikit demi sedikit ke arah sana dengan memperhitungkan biaya (Riskarini et al., 2025).

Industri konveksi kaos, khususnya di sektor UMKM, memegang peranan penting dalam memenuhi permintaan pasar yang beragam ini (Bakar et al., 2017). Salah satu elemen kunci yang menentukan daya saing dan keberlanjutan pesanan pelanggan adalah kualitas sablon yang diterapkan pada produk kaos (Aji Pradana et al., 2020). Seiring dengan berkembangnya teknologi dan metode sablon, banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengadopsi teknik dan alat modern yang dapat meningkatkan kualitas sablon (Acevedo-Urquiaga et al., 2021). Masih banyak pelaku usaha yang mengandalkan metode konvensional dengan sistem pengeringan menggunakan setrika dan keterbatasan pada hasil akhir yang kurang memuaskan (Horn et al., 2023). Fenomena ini menyebabkan beberapa masalah seperti warna yang cepat pudar, hasil sablon yang tidak rata, dan ketahanan sablon yang rendah terhadap pencucian. Adapun

laporan dari UMKM ini telah mendapatkan komplain terkait kualitas sablonan dari pelanggan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Data Komplain Cacat Sablon

Berdasarkan Gambar 1 bahwa rata-rata komplain cacat sablon selama 4 bulan sebesar 7 pcs, sementara target 3 pcs per bulan, artinya target komplain kualitas dari pelanggan belum tercapai. Latar belakang sablon konvensional ini disebabkan dengan adanya peralatan, metode dan sumber daya manusia yang tidak memadai. Cacat yang paling dominan adalah kualitas sablon tidak merata pada permukaan kaos, dikarenakan pemanas mesin *pressure* tidak rata dan hasil sablonan tidak merata, sehingga dikeluhkan oleh pelanggan. Adapun cacat sablon yang tidak merata dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Cacat Sablonan Tidak Merata

Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa sablonan tidak merata pada tulisan logo yang semestinya tulisan nyata pada permukaan kaos. Oleh karena itu perlunya penyuluhan dan sosialisasi agar dengan sablon manual dengan menggunakan tangan masih bisa bersaing dengan kualitas sablon hasil mesin sablon. Namun perlu dicarikan solusi dalam mengganti alat pengering sablon tidak menggunakan setrika lagi dalam proses pengeringan sablon. Mesin sablon berupa *Rotary Printing Machine* (RPM) yang beredar di pasaran terlalu mahal untuk dibeli oleh UMKM, sehingga kurang efektif dalam biaya operasionalnya.

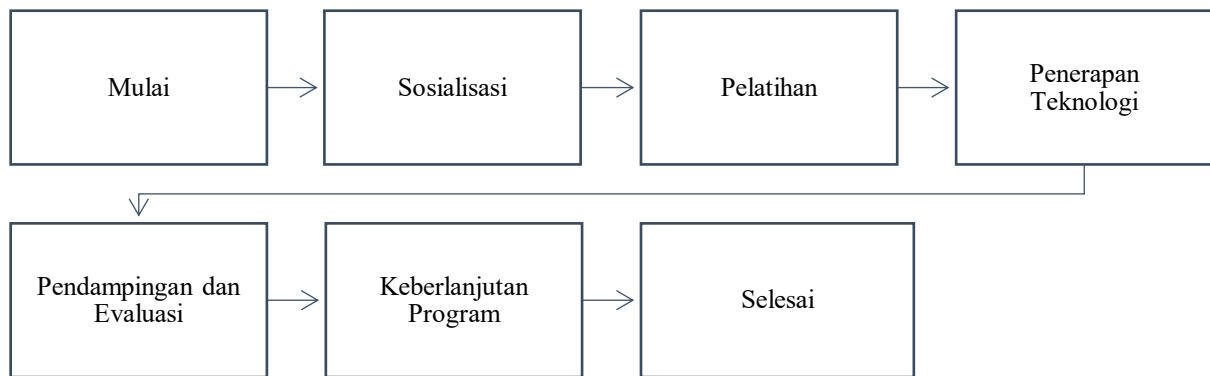
UMKM konveksi kaos di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen dan dukungan pemerintah dalam bentuk program

pengembangan dan pemberdayaan (Sholihin, 2024). Namun, tantangan besar yang sering dihadapi oleh pelaku usaha di sektor ini adalah menjaga dan meningkatkan kualitas sablon pada produk mereka. Kualitas sablon yang baik tidak hanya memperpanjang umur pakai kaos tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada keberlanjutan bisnis (Kurnia, Manurung, et al., 2023). Terdapat kesenjangan antara potensi dan praktik yang dilakukan oleh UMKM konveksi kaos dalam meningkatkan kualitas sablon. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk kurangnya akses terhadap teknologi modern, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja, serta minimnya modal untuk investasi dalam peralatan baru. Pengabdian dalam bentuk pelatihan teknis, akses ke informasi teknologi terbaru, serta bantuan finansial untuk pembaruan alat dapat membantu menutup kesenjangan ini dan meningkatkan daya saing UKM konveksi kaos. Selain itu permasalahan secara metode yang digunakan oleh UKM, kebanyakan menggunakan sistem sablon manual dengan tangan yang tidak merata pada saat melakukan penekanan *screen printing* (Dewantoro et al., 2020). Sehingga ada bagian yang tidak tersentuh oleh *screen printing* yang mengakibatkan sablonan terlalu menonjol ke atas. Hal ini yang sering menyebabkan pelanggan tidak puas terhadap hasil sablonan dan mudah rapuh jika mengalami pencucian berulang.

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi pada peningkatan kualitas kaos sablon dan menambah strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah penjualan dengan menambah strategi pemasaran. Target pengabdian ini adalah dapat menurunkan jumlah komplain dari pelanggan sebesar 57% setiap bulannya dari rata-rata 7 kali menjadi 3 kali dan meningkatkan jumlah penjualan meningkat sebesar 25% dari 91.080 pcs menjadi 113.800 pcs. Pengabdian ini juga termasuk pada Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT) yang merupakan prinsip dasar dari teknologi riset ilmiah pada TKT 1. Pengabdian ini juga dimasa mendatang mempunyai keberlanjutan pengabdian yang bertujuan agar di tahun 2030 terbentuknya mitra usaha antara perguruan tinggi, pemerintah dan UMKM di Indonesia dengan memperkuat sarana implementasi dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan sehingga *Sustainability Development Goals* (SDGs) dapat tercapai. Adapun capaian SDGs terkait diantaranya yaitu industri, inovasi dan infrastruktur serta pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

METODE

Pada bagian ini akan dibahas metode pengabdian yang disesuaikan dengan kondisi saat pengabdian berlangsung (Putri & Widadi, 2024). Adapun metode pendekatan yang digunakan Pemberdayaan Kemitraan masyarakat melalui penyuluhan atau pendampingan mitra UMKM dalam strategi meningkatkan kualitas sablon. Selain itu juga tim pengabdian memperkenalkan teknologi-teknologi baru dalam menjalankan bisnis sablon kaos agar bisa bersaing dengan UMKM lain (Dwiyatno et al., 2024). Adapun langkah-langkah pengabdian dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Langkah-Langkah Pengabdian

Berdasarkan Gambar 3, bahwa langkah melakukan pengabdian terdapat delapan langkah, dimulai dengan berkunjung ke mitra UMKM MUM di Bandung dengan sosialisasi permasalahan yang terjadi selama 4 bulan terakhir (Sep–Des 2024) dengan cara penyuluhan ke Mitra terkait tujuan pengabdian. Langkah kedua adalah melakukan pelatihan dengan membentuk tim pengabdian menyusun rencana pengabdian dengan membentuk tim proyek, ruang lingkup, target, lokasi proyek dan membuat pelatihan program peningkatan kualitas. Langkah ketiga adalah penerapan teknologi dengan cara mencari alat, design alat, membuat program atau barang-barang yang cocok/sesuai dengan tujuan proyek dan menggunakan metode yang cocok dalam pengabdian tersebut. Langkah keempat yaitu melakukan pendampingan dan evaluasi untuk memahami situasi pendampingan terhadap perbaikan yang dilakukan dan mengevaluasi hasil perbaikan. Langkah kelima yaitu keberlanjutan program dengan cara memonitor kemajuan, tantangan dan dampak yang mungkin terjadi. Keberlanjutan program yang ada agar dilanjutkan dikemudian hari dan memberikan kesimpulan sesuai dengan penilai dampak yang terjadi selama melakukan pendampingan dalam pengabdian.

Metode pendekatan dalam pengabdian ini dalam mengatasi permasalahan yaitu dengan metode pemberdayaan kemitraan masyarakat dengan peran mitra dari UMKM konveksi kaos sablon. Pemberdayaan yang dilakukan yaitu mengadakan pelatihan, pendampingan dan evaluasi, penerapan teknologi atau sistem baru, analisa dampak dan program keberlanjutan. Selanjutnya terkait tahapan-tahapan pengabdian secara konkrit dan lengkap untuk mengatasi permasalahan mitra dilihat dari aspek produksi dan aspek pemasaran. Tahapan dalam penanganan aspek produksi mulai dari pengumpulan data awal jumlah produksi, cacat produksi, penerimaan komplain dari pelanggan selama 4 bulan terakhir (Sep–Des 2024). Sementara tahapan dalam aspek pemasaran mulai dari pengumpulan data pelanggan yang sudah menjalin hubungan baik dengan mitra dan strategi awal dalam pemasaran.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program pengabdian ini menyambut baik, dikarenakan akan adanya bantuan dari tim pengabdian berupa sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Permasalahan yang rumit dihadapi mitra diantaranya adanya komplain yang tidak mencapai target, adanya cacat sablon pada kaos dan jumlah penjualan yang belum ada peningkatan dari tahun 2024. Tim pengabdian akan melakukan waktu pelaksanaan selama 8 bulan dari Feb – Sep 2025. Tim sudah melakukan kunjungan

pertama ke UMKM MUM pada tanggal 21 Feb 2025 untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di UMKM. Kemudian pada tanggal 15 Maret 2025, berkunjung kembali untuk melakukan pengujian kepada karyawan berupa pre-test, sosialisasi atau penyuluhan dan melakukan pelatihan yang pertama secara teori terkait kepedulian terhadap kualitas. Program selanjutnya tim pengabdian akan melakukan pelatihan kembali pada karyawan UMKM MUM khususnya bagian sablon. Setelah pelatihan yang ke dua maka akan diadakan post-test dan melakukan wawancara dengan karyawan yang berpengalaman untuk menggali penyebab permasalahan dan tindakan perbaikan terkait aspek produksi dan aspek pemasaran. Selanjutnya untuk data setelah perbaikan, akan diambil data selama 4 bulan yaitu bulan April – Juli 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian dalam bentuk pelatihan teknis, akses ke informasi teknologi terbaru, serta bantuan finansial untuk pembaruan alat dapat membantu menutup kesenjangan ini dan meningkatkan daya saing UMKM konveksi kaos (Jahangir, 2018). Selain itu permasalahan secara metode yang digunakan oleh UMKM, kebanyakan menggunakan sistem sablon manual dengan tangan yang tidak merata pada saat melakukan penekanan *screen printing* dan rakel (Prybeha et al., 2021). Sehingga ada bagian yang tidak tersentuh oleh *screen printing* dan rakel yang mengakibatkan sablonan terlalu menonjol ke atas. Hal ini yang sering menyebabkan pelanggan tidak puas terhadap hasil sablonan dan mudah rapuh jika mengalami pencucian berulang (Rahman et al., 2024). Oleh karena itu perlu mencari bentuk *screen printing* dan rakel yang cocok pada sablon berjenis plastisol.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program pengabdian ini menyambut baik, dikarenakan akan adanya bantuan dari tim pengabdian berupa sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Permasalahan yang rumit dihadapi mitra diantaranya adanya komplain yang tidak mencapai target, adanya cacat sablon pada kaos dan jumlah penjualan yang belum ada peningkatan dari tahun 2024. Adapun bukti penyambutan dan penerimaan tim pengabdian oleh mitra dapat dilihat pada Gambar 4.



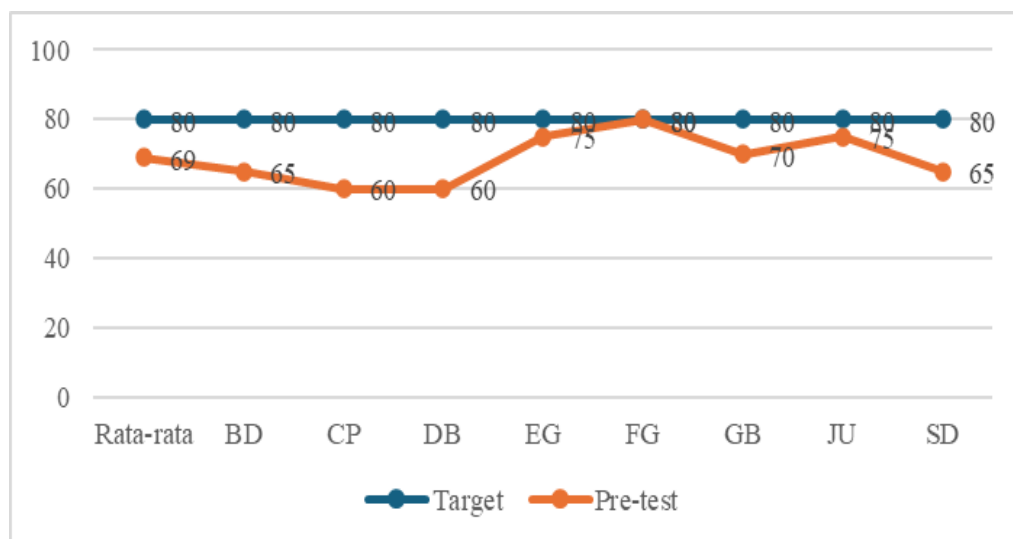
Gambar 4. Kunjungan Tim Pengabdian ke Mitra UMKM MUM

Data awal pengumpulan data telah dilakukan oleh tim pengabdian saat berkunjung ke mitra UMKM MUM. Data awal tersebut berkaitan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, diantaranya data jumlah karyawan pada UMKM MUM. Adapun alur proses pembuatan kaos sablon dan jumlah karyawan setiap tahapan proses dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tahapan Proses dan Jumlah Karyawan Pembuatan Kaos Sablon

Berdasarkan Gambar 5 bahwa jumlah karyawan di UMKM MUM per 1 Maret 2025 sebanyak 10 karyawan. Sistem kerja karyawan masuk pada *non shift*, artinya bekerja dari jam 08.00 sampai jam 16.00 (Senin – Jumat), sementara untuk hari Sabtu dari jam 08.00 sampai jam 13.00. Pengabdian ini fokus pada bagian sablon dan pengeringan sablon, sehingga pada data awal sudah terkumpul wawasan awal sebelum dilakukan pelatihan (*pre-test*). Adapun hasil dari data *pre-test* dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Hasil data Awal *Pre-Test* Keterampilan Sablon

Berdasarkan Gambar 6 bahwa rata-rata hasil *pre-test* kemampuan terkait wawasan sablon masih kurang dari standar yaitu 80, sementara rata-rata didapatkan 69. Perlunya kegiatan sosialisasi dan pembekalan terhadap semua karyawan yang bekerja di bagian sablon agar dapat mempengaruhi hasil kinerja kualitas sablon (Kurnia, Sulaeman, et al., 2023).

Industri konveksi kaos, khususnya di sektor UMKM, memegang peranan penting dalam memenuhi permintaan pasar yang beragam ini. Salah satu elemen kunci yang menentukan daya saing dan keberlanjutan pesanan pelanggan adalah kualitas sablon yang diterapkan pada produk kaos (Wijaya & Setiawati, 2021). Seiring dengan berkembangnya teknologi dan metode sablon, banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengadopsi teknik dan alat modern yang dapat meningkatkan kualitas sablon. Masih banyak pelaku usaha yang mengandalkan metode konvensional dengan sistem pengeringan menggunakan setrika dan keterbatasan pada hasil akhir yang kurang memuaskan (Nurdin et al., 2025). Solusi kedepan dari permasalahan sistem pengeringan yaitu akan dicarikan alat pengeringan yang stabil dan optimal dalam proses *finishing* sablon kaos.

Permasalahan dalam aspek pemasaran yaitu sistem pemasaran hanya mengandalkan hubungan pertemanan maka solusi yang ditawarkan adalah akan menambah strategi pemasaran dengan menggunakan aplikasi *e-commerce* (Hendrasto et al., 2025; Nurjanah et al., 2025). Selain itu jika memungkinkan akan menambahkan aplikasi yang lainnya dalam pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) (Kurnia et al., 2025). Adapun solusi perbaikan sesuai dengan kesepakatan mitra dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Solusi Perbaikan dan Target Luaran

Aspek	Prioritas	Permasalahan	Penyebab	Solusi Perbaikan	Target Luaran
Aspek Produksi	1	Adanya komplain	Kurangnya keterampilan tenaga kerja	Penyuluhan dan sosialisasi	Nilai <i>post- test</i> minimal 80
	2	Kualitas sablon menurun	Pengeringan sesudah sablon kurang optimal	Membuat metode pengeringan yang optimal	Pengurangan jumlah komplain sebesar 57%
	3		Jenis <i>screen printing</i> dan rakel terlalu lembut	Mencari model/jenis <i>screen printing</i> dan rakel	setiap bulannya dari rata-rata 7 kali menjadi 3 kali
	4	<i>Rotary Printing Machine</i> (RPM)	Terlalu mahal harganya	Mencarikan peralatan untuk pengeringan yang terjangkau harganya	Menemukan alat pengering yang terjangkau harganya
Aspek Pemasaran	5	Jumlah penjualan menurun	Jumlah pelanggan belum bertambah hanya pembeli lokal	Menambahkan <i>quantity</i> penjualan dengan merambat ke ranah ekspor	Peningkatan jumlah penjualan sebesar 25% dari 91.080 pcs menjadi 113.800 pcs
	6	Pemasaran dari hubungan pertemanan	Hanya memanfaatkan hubungan baik dengan temas sejawat	Menambahkan strategi pemasaran dengan penggunaan <i>e-commerce</i>	Strategi pemasaran bertambah 300% dari 1 menjadi 4 strategi

Aspek	Prioritas	Permasalahan	Penyebab	Solusi Perbaikan	Target Luaran
	7	Spesifikasi produk	Spesifikasi produk unggulan belum dikomunikasikan	Membuat video keunggulan spesifikasi produk	Terbuat video keunggulan produk dan diunggah di media sosial
	8	Analisa kompetitor	Belum menganalisa kompetitor kaso sablon	Membuat Analisa harga yang dikeluarkan oleh kompetitor	Terbuatnya Analisa harga pasaran

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2025

Adapun gambaran Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian penyuluhan tentang upaya peningkatan kualitas sablon pada UMKM konveksi kaos untuk keberlanjutan pesanan pelanggan di era disrupsi. Pemberian materi dan demonstrasi/simulasi tersebut diberikan dengan cara:

- 1) Membekali kelompok sasaran pemahaman tentang penyebab terjadinya komplain dan penurunan kualitas
- 2) Membekali kelompok sasaran terkait upaya dalam meningkatkan penjualan dan menemukan strategi baru dalam pemasaran. Dalam hal ini tim pengabdian memperkenalkan e-commerce dalam pemasaran berupa market place yang ada di Indonesia.
- 3) Membekali kelompok sasaran terkait kemampuan dan keterampilan karyawan sablon kaos dalam pencegahan dan perbaikan kualitas.

Adapun rencana beberapa upaya penurunan cacat sablon dan mengurangi jumlah komplain antara lain:

- 1) Pemberian meja *stainless* dikarenakan meja kayu sekarang kondisi sudah goyang dan miring.
- 2) Pemberian *screen printing*, dikarenakan screen yang lama ukuran terlalu besar dan sudah banyak yang rusak.
- 3) Pemberian rakel printing, dikarenakan rakel yang lama sudah kaku dan keras. Rakel printing berfungsi untuk menyebar tinta secara merata di atas kain saring dan memastikan tinta menutupi area cetakan dengan baik.
- 4) Pemberian tinta warna plastisol, dikarenakan plastisol yang lama adalah tipe lama yang perlu diperbaharui. Jenis tinta plastisol ini berbasis minyak dimana tidak bisa dicampur dengan air.
- 5) Pemberian Plastisol A galon merupakan tipe baru sebagai pengganti tipe lama. Plastisol A galon adalah gel plastisol yang dikemas dalam kemasan galon.
- 6) Pemberian alat pengering sablonan kaos dengan teknologi pemanasan. Alat pengering sablonan atau curing sablon bermanfaat untuk mengeringkan tinta sablon agar dapat matang dan menyerap sempurna ke dalam bahan.

- 7) Pemberian alat pembersih/pencuci kaos kotor karena terkontaminasi debu atau kotoran pada meja. *Spray Gun* merupakan alat yang digunakan untuk menyemprotkan cat pada sebuah bidang dengan lebih cepat dan merata.
- 8) Pemberian cairan chemical untuk pencuci atau pembersih kotoran yang menempel pada kaos.
- 9) Pemberian alat pembersih *screen* dan rakel karena kalau manual pakai selang akan lama dan tidak bersih. Alat cuci *screen* seperti alat steam dapat membantu membersihkan *screen* yang kotor dan bekas plastisol secara menyeluruh dan efisien.
- 10) Alat pengering sablonan dengan angin dikarenakan masih menggunakan penyimpanan pada tempat yang disinari matahari.

Adapun rencana pemberian barang-barang diatas dengan gambar, spesifikasi dan tipe barang tersebut, dapat dilihat pada Gambar 7.

1) Meja stainless ST 103
(60x50x110) cm



2) *Screen printing* kayu
40x60, T54, 14



3) Rakel *printing* papak
7mmx50mm per cm



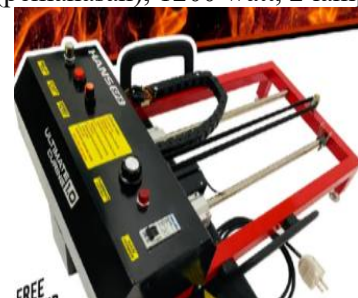
4) Tinta warna Plastisol (Inks
LC)



5) Plastisol A Galon warna
putih (LC)



6) Alat pengering sablonan kaos
(pemanasan), 1200 watt, 2 lampu



7) *Spraygun* Pembersih Noda
Kain



8) Cairan *chemical* (SBP
atau Wash Bensin ukuran 5
liter)



9) Alat pembersih *screen* & rakel



10) Bosch Heat Gun GHG 20-63 FE Alat Pemanas Listrik 2000 Watt GHG 20 - 63 FE



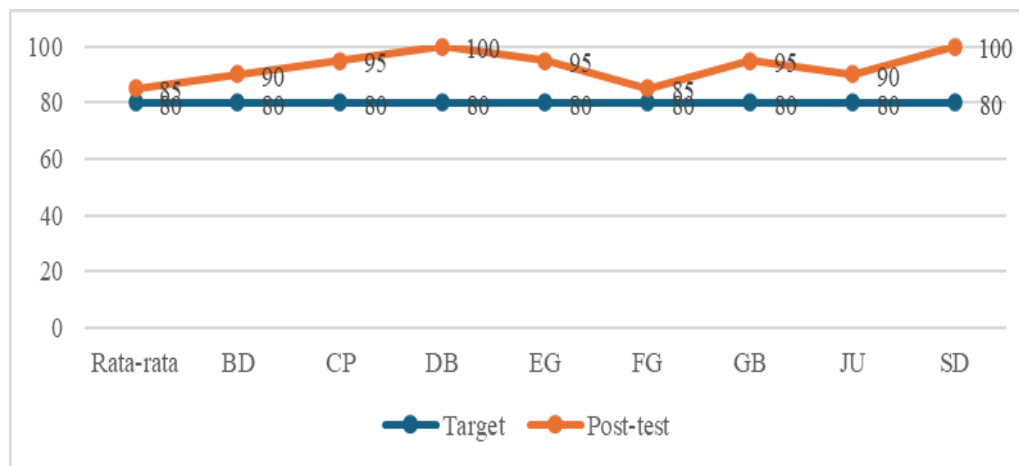
Gambar 7. Keperluan Barang Pengabdian

Tim pengabdian sudah melakukan pelatihan kepada karyawan UMKM MUM dalam hal peningkatan kualitas sablon. Adapun bukti pelatihan dan desiminisasi teknologi dengan pemilik dan karyawan sablon dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Pelatihan Penyablonan Kaos

Berdasarkan Gambar 8 tim pengabdian sudah melakukan pelatihan dan pendampingan perbaikan guna mencapai tujuan dari pengabdian ini. Sementara untuk hasil *post-test* untuk karyawan UMKM MUM dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Hasil data Awal *Post-Test* Keterampilan Sablon

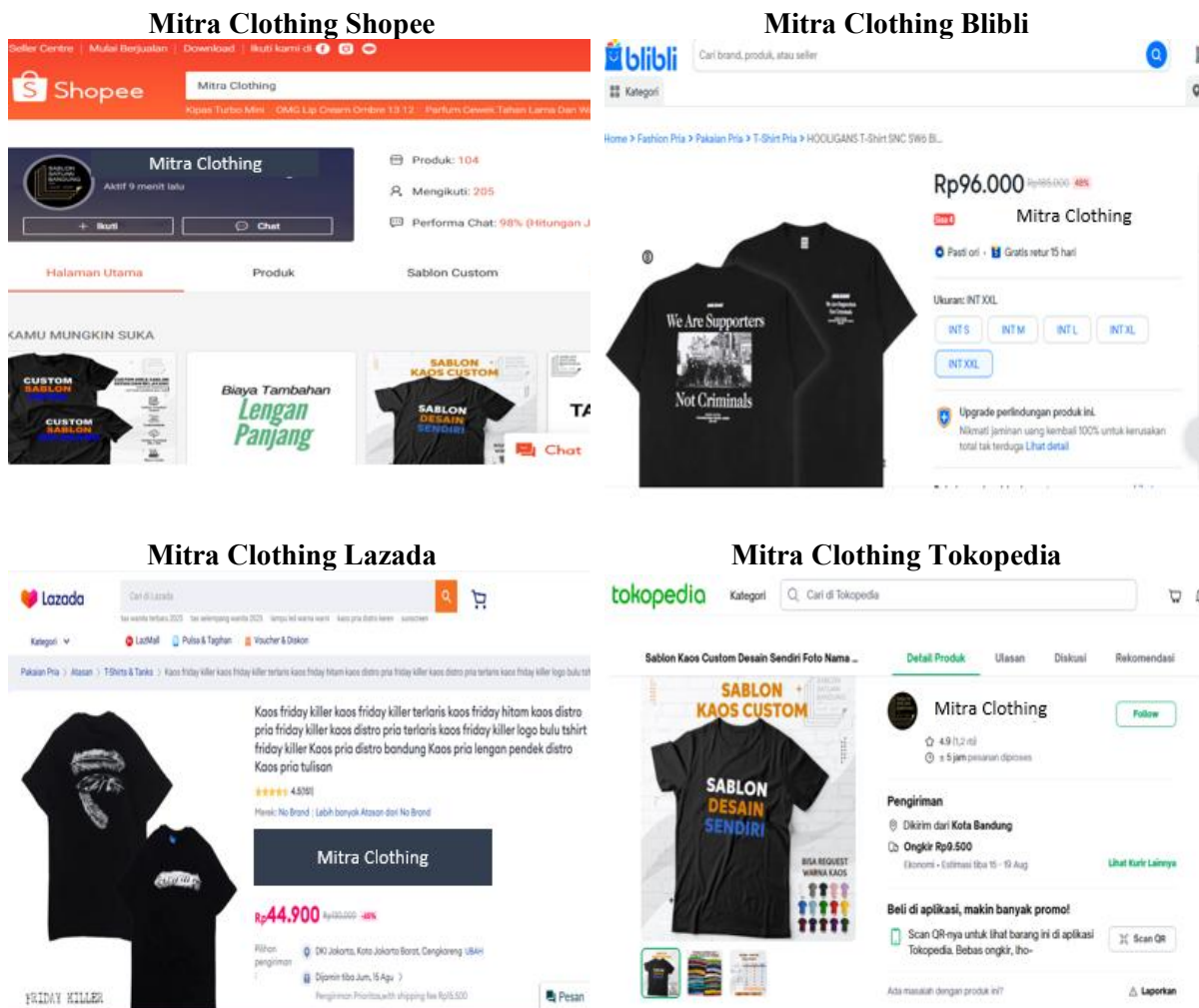
Berdasarkan Gambar 9 bahwa rata-rata hasil pre-test kemampuan terkait wawasan sablon masih kurang dari standar yaitu 80, sementara rata-rata didapatkan 85. Dengan demikian wawasan dan keterampilan terhadap semua karyawan yang bekerja di bagian sablon sudah dapat ditingkatkan. Dengan adanya peningkatan keterampilan penyablonan ini berefek pada hasil dari penjualan tahun selama tahun 2025 dari bulan April – Mei 2025 rata-rata perbulan dapat menjual kaos sablon sebanyak 10.000 pcs perbulan sehingga di akhir Des 2025 bisa mencapai target. Hasil ini menjadikan ada peningkatan 25% dari tahun 2024 sebesar 91.080 pcs naik menjadi 113.800 pcs. Sementara untuk complain dari pelanggan sampai saat ini hanya 4 komplain selama bulan April – Mei 2025, artinya masih dibawah target komplain yaitu 3 kali per bulan. Sehingga ada penurunan complain sebesar 300% dari 7 kali menjadi 3 kali setiap bulannya. Adapun bukti hasil sablonan sebelum pengabdian dan sesudah pengabdian dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Bukti Sablonan Sebelum dan Sesudah Pengabdian

Berdasarkan Gambar 10 bahwa dengan alat pemanasan yang baru akan memberikan suhu panas yang merata pada alat *pressure* sablon, sehingga tekanan dan suhu merata pada permukaan kaos. Sementara hasil penjualan yang sudah mencapai target ini dibarengi dengan adanya penambahan ide strategi pemasaran yang tadinya 1 ide menjadi 4 ide strategi. Adapun penambahan ide strategi ini melalui

e-commerce dari aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada dan Blibli. Adapun bukti Gambar tampilan dari masing-masing *e-commerce* dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Strategi Pemasaran Mitra Clothing

Berdasarkan Gambar 11 bahwa strategi pemasaran sudah bertambah menjadi 4 strategi pemasaran pada media social atau *e-commerce*. Sebelum penambahan ide strategi ini, UMKM MUM hanya mengandalkan 1 aplikasi yaitu *Facebook*, sehingga belum banyak masyarakat mengenal pasar kaos sablon ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengabdian ini sudah dilakukan mendapat dampak yang baik bagi karyawan dan pemilik UMKM MUM, dikarenakan adanya peningkatan wawasan dan keterampilan dalam penyablonan kaos. Peningkatan ini terbukti dari hasil test yang sebelumnya rata-rata mendapatkan 65 menjadi 85 artinya naik sebesar 23,5%. Sementara untuk penurunan komplain terbukti dari bulan Apr-Mei 2025 hanya mendapatkan rata-rata complain 2 kali per bulan dan sudah memenuhi target complain sebanyak 3 kali perbulan atau sebesar 300%. Dalam hasil penurunan complain menandakan adanya peningkatan kualitas

sablon yang sudah didapatkan oleh UMKM MUM selama periode Apr-Mei 2025. Penambahan strategi pemasaran juga meningkat yang tadinya 1 ide strategi menjadi 4 ide strategi pemasaran. Hal ini berpengaruh pada peningkatan jumlah penjualan dari tahun 2024 sebesar 91.080 pcs atau rata-rata 7.590 pcs perbulan naik menjadi 10.000 pcs perbulan, atau diakhir tahun 2025 harapannya dapat meningkat menjadi 113.800 pcs. Secara keseluruhan hasil pengabdian sudah sesuai dengan harapan dan mencapai target, serta diharapkan dapat berkelanjutan dalam pemenuhan pesanan dari pelanggan kaos sablon.

Saran

Program berkelanjutan pesanan dari pelanggan harus diberdayakan dengan meningkatkan strategi pemasaran. Kedepannya disarankan agar ada penambahan strategi pemasaran yang mengikuti perubahan jaman yang lebih modern. Sementara perawatan alat atau teknologi sablon secara terjadwal dan konsistennluruhan perlu dilakukan oleh karyawan sablon. Sehingga UMKM konveksi sablon kaos ini dapat bertahan dan dapat meningkatkan jumlah penjualannya di era disrupsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Acevedo-Urquiaga, A. J., Sablón-Cossío, N., Acevedo-Suárez, J. A., & Urquiaga-Rodríguez, A. J. (2021). A model with a collaborative approach for the operational management of the supply chain. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 12(1), 49–62. <https://doi.org/10.24867/IJIEEM-2020-1-276>
- Aji Pradana, S., Hasan, M. T., & Handayani, N. (2020). *Perancangan Sistem Penjadwalan Produksi Kaos Sablon Dengan Metode Earliest Due Date Pada Usaha Konveksi Nolabel Sablon Langsa*.
- Aritonang, C. A., Nurhidayat, I., Rio, I., & Kurniawati, D. (2024). Pemanfaatan E- Commerce Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Tanaman Hias Bougenvile Nursery. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 6(1), 145–152. <https://doi.org/10.35814/suluh.v6i1.6547>
- Bakar, A., Suprianto, O., & Yuniati, Y. (2017). Proposed Productivity Improvement Based on Mundel and APC Methods at PT Raffsya Media. *Journal of Industrial Engineering Management*, 4(3), 212–226. <https://doi.org/10.33536/jiem.v2i2.147>
- Dewantoro, D., Kartiko, C., & Romadlon, F. (2020). Implementasi Metodologi Kanban Dalam Pembuatan Aplikasi E-Commerce Pertanian Dengan Pendekatan Zachman Framework. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 5(2), 91. <https://doi.org/10.31328/jointecs.v5i2.1344>
- Dwiyatno, S., Dyah Juniarti, A., Masyuroh, A., Yunita Ruhiawati, I., Rosdiyani, T., & Krisnaningsih, E. (2024). Peningkatan Ekonomi Dan Produktivitas Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Pembuatan QRIS. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.35814/suluh.v6i1.5862>
- Hendrasto, N., Wijayanti, R., & Haidar, A. (2025). Optimalisasi UMKM Melalui Digital Marketing Dan Keuangan: Studi Di Desa Tegalwaru, Bogor. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 6(2), 183–194. <https://doi.org/10.35814/suluh.v6i2.8016>
- Horn, S., Mölsä, K. M., Sorvari, J., Tuovila, H., & Heikkilä, P. (2023). Environmental sustainability assessment of a polyester T-shirt – Comparison of circularity strategies. *Science of the Total Environment*, 884(8), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2023.163821>
- Jahangir, L. (2018). Different Methods of T Shirt Printing: A Comparative Analysis. *Canadian Journal of Researcher's Society*, 8(1), 1–18. www.canadianrc.org/journals
- Kurnia, H., Manurung, H., Suhendra, S., & Julianoro, K. B. (2023). Implementation of Lean Service Approaches to Improve Customer Satisfaction and Sustainability of Health Equipment Procurement Process at Hospitals. *Quality Innovation Prosperity*, 15(3), 1–17. <https://doi.org/10.12776/QIP.V27I3.1875>
- Kurnia, H., Sulaeman, A. A., Setiawan, I., Nuryono, A., & Herindiyati, H. (2023). Peningkatan Keterampilan Author dan Reviewer Dalam Publikasi Karya Ilmiah Melalui Pelatihan Implementasi Open Journal System

- (OJS) 3. *JLP: Jurnal Lentera Pengabdian*, 1(4), 452–461. <https://doi.org/10.59422/lp.v1i04.230>
- Kurnia, H., Wiyatno, T. N., Sulaeman, A. A., & Nuryono, A. (2025). Penyuluhan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Organisasi Melalui Transformasi Digital. *Jurnal Pelita Pengabdian*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.37366/jpp.v3i1>
- Nurdin, A. S., Suprpto, S., & Sulaeman, A. A. (2025). Sistem Informasi Quality Control Berbasis Web Pada PT Yxz Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 14(1), 495–506. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v14i1.2664>
- Nurjanah, R., Ayuningtyas, E. A., Dasman, S., & Amalia, P. N. (2025). Bid Ask Spread , Market Value , Variance Return to Holding Period. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 9(April), 738–748. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2502>
- Nuryono, A., Zulkarnaen, I., Apriyani, A., Nugroho, O. W., & Kurnia, H. (2025). Pengendalian Mutu Produk Kemeja Wanita Menggunakan Metode Statistical Process Control pada UMKM Konveksi Quality Control for Women ' s Shirt Products Using Statistical Process Control Methods in MSME Convection. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industr*, 9(1), 24–36. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v9i1.4451>
- Prybeha, D., Koshevko, J., Smutko, S., Onofriichuk, V., Skyba, M., Synyuk, O., Kuleshova, S., Pidhaichuk, S., & Zlotenko, B. (2021). Analysis of methods of printing images on textile materials and evaluation of their quality. *Fibres and Textiles in Eastern Europe*, 28(2), 63–74.
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189.
- Rahman, I. N., Setiawan, E., & Adianto, A. (2024). Detection of Screen Printing Result Using U-Net Convolutional Neural Network Method to Improve Quality Control. *ICOMTA: International Conference on Maritime Technology and Its Application*, 3(12), 1–9.
- Riskarini, D., Mulyadi, M., Yatirn, M. R., Haura, A., Renee, K. D. D., & Raf, A. N. (2025). Strategi Peningkatan Motivasi Kewirausahaan UMKM di Perumnas Beji Depok. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 6(2), 245–252. <https://doi.org/10.35814/suluh.v6i2.7438>
- Sholihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 100–114.
- Sjarifudin, D., & Kurnia, H. (2022). The PDCA Approach with Seven Quality Tools for Quality Improvement Men's Formal Jackets in Indonesia Garment Industry. *Jurnal Sistem Teknik Industri (JSTI)*, 24(2), 159–176. <https://doi.org/10.32734/jsti.v24i2.7711>
- Suwandi, A., Rahmalina, D., & Rudiatin, E. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Produk Makanan Ringan Melalui Diseminasi Teknologi. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(2), 138–147. <https://doi.org/10.35814/suluh.v4i2.4108>
- Utami, E. T., Oktarianti, R., Setyati, D., & Swandari, A. (2025). Pemberdayaan UMKM Gerabah Kesilir Melalui Pembentukan Komunitas Pra Koperasi. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 6(2), 221–227. <https://doi.org/10.35814/suluh.v6i2.7064>
- Wijaya, R. A., & Setiawati, N. M. (2021). Implementasi Supply Chain Management pada PT Central Proteina Prima Tbk. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 153–165. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.89>