

# STRATEGI MEMBANGUN BISNIS BAJU BEKAS IMPORT PADA UMKM SEVEN SECOND DI ERA DIGITAL

Eka Larasati Amalia<sup>\*1</sup>, Rosa Andrie Asmara<sup>2</sup>, Vivin Ayu Lestari<sup>3</sup>, Farida Ulfa<sup>4</sup>, Deasy Sandhya Elya Ikawati<sup>5</sup>, Retno Damayanti<sup>6</sup>, Raynor Herfian Iqbal Fawwaz<sup>7</sup>, Natasha Dwi Pramudita<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Program Studi, Sistem Informasi Bisnis, Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang  
e-mail: <sup>1</sup>eka.larasati@polinema.ac.id, <sup>2</sup>rosa.andrie@polinema.ac.id, <sup>3</sup>vivin@polinema.ac.id,  
<sup>4</sup>faridaulfa@polinema.ac.id, <sup>5</sup>deasyandya@polinema.ac.id, <sup>6</sup>retno410@polinema.ac.id,  
<sup>7</sup>ray.fian7886@gmail.com, <sup>8</sup>natashadwipramudita@gmail.com

## Abstrak

*Seven Second yang beralamatkan di Jalan Karangjuwet, Karangploso, Kabupaten Malang merupakan sebuah toko baju yang berfokus menjual pakaian second yang diimpor dari luar negeri. Seven Second tersebut merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh perorangan. Banyaknya peminat peminat dari pakaian impor bekas atau thrift pakaian impor, menjadikan peluang usaha yang besar bagi penjualan pakaian impor bekas. Dalam Pengabdian Masyarakat ini maka akan dibuat sebuah website yang membantu pemilik Seven Second untuk mempromosikan dan memberikan gambaran kepada calon konsumen.*

**Kata kunci**— *UMKM, media promosi, baju bekas*

## 1. PENDAHULUAN

Internet, yang menghubungkan jutaan jaringan individu di seluruh dunia, merupakan sistem komputasi klien/server dan internet-working terbesar di dunia. Kapan saja dan di mana saja, data dapat diakses dengan cepat dan akurat. Selain perangkat, laptop, komputer, handphone, dan jaringan server, kemampuan provider untuk mengakses internet juga semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan informasi yang lebih besar [1]. Internet merupakan media tercepat untuk menyebarkan informasi. Internet saat ini juga dapat diakses dimana saja dan kapan saja, sehingga memudahkan pengguna untuk melakukan akses informasi yang diperlukan. Masyarakat akan dipermudah untuk memperoleh informasi terkait dengan produk dan juga jasa yang diperlukan melalui internet.

Pada era saat ini, masyarakat secara luas tanpa memandang usia, gender, maupun status sosial dapat mengakses internet untuk memperoleh informasi. Internet merupakan media utama untuk menemukan informasi pada era sekarang, dimana hampir seluruh

informasi disebarluaskan melalui internet. Salah satunya dalam mencari informasi terkait jual beli produk pakaian impor bekas yang saat ini menjadi tren di Indonesia, khususnya Kota Malang. Masyarakat memiliki media informasi yang dapat diakses melalui internet. Ditambah dengan pesatnya persebaran informasi pemasaran melalui media di internet pada era sekarang, persaingan antar pedagang semakin ketat.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri [2]. UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah sendiri seringkali mengalami kesulitan dalam pemasaran produk dan juga penyebarluasan informasi karena akses menuju media internet yang tidak didasari dengan pengetahuan dan juga kemampuan yang dibutuhkan. Pemberdayaan yang diberikan dapat melalui penyebaran informasi di jejaring sosial pada media internet, *website* informasi

yang berisikan katalog produk yang dijual, atau melalui media *online shop* yang disediakan oleh berbagai macam perusahaan seperti Tokopedia, Shopee atau Lazada. Melalui pemberdayaan digital, UMKM akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi bersamaan dengan semakin luasnya penyebaran informasi kepada calon pembeli.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk pemberdayaan UMKM adalah melalui publikasi melalui *website* yang dapat digunakan sebagai halaman informasi terkait kegiatan, pemasaran produk, hingga informasi terkait diskon promo dan juga potongan yang diberikan. *Website* sendiri merupakan media yang dapat dipublikasikan dengan cepat melalui internet, tidak hanya sebagai media informasi dengan dasar pemasaran produk saja, tetapi juga dapat digunakan sebagai portofolio dari UMKM yang terlibat. *Website* sendiri sering digunakan sebagai media untuk menyebarkan portofolio dan juga prestasi yang pernah diraih, tidak hanya soal pencapaian pada sebuah *event*, tetapi juga seberapa sering produk terjual, produk mana yang sering terjual, hingga ulasan dari pembeli yang puas dengan produk yang sudah dibeli.

Seven Second merupakan toko yang bergerak di bidang usaha jual beli pakaian impor bekas atau yang lebih dikenal sebagai *thrift*. Seven second berlokasi di Jl. Karangjuwet, Karangploso, Kabupaten Malang. Seven second tergolong sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh perorangan. Persentase penjualan pakaian impor bekas memiliki kesempatan untuk melakukan pemasaran produk dengan kemungkinan yang lebih tinggi jika dilihat dari tingginya jumlah peminat dari pakaian impor bekas.

Masalah yang dihadapi oleh Seven Second saat ini adalah sulitnya akses untuk menyebarkan informasi kepada calon pembeli. Selama ini informasi hanya dibagikan melalui media sosial yang terbatas pada relasi seperti Whatsapp, Facebook, dan TikTok. Sehingga, terdapat kesulitan untuk menggapai calon pembeli yang tidak memiliki relasi apapun dengan Seven Second. Tidak hanya kesulitan untuk menggapai calon pembeli saja, tetapi juga Seven Second memiliki keterbatasan untuk menunjukkan katalog dari produk yang dipasarkan. Meskipun sudah

memiliki akun toko pada platform Shopee, Seven Second masih belum dikenal luas oleh masyarakat, terutama yang berada di Kota Malang, dan sekitarnya. Produk yang dimiliki oleh Seven Second masih belum diketahui oleh calon pembeli dikarenakan selama ini katalog produk terbatas pada akun toko shopee saja dan media sosial yang berdasar pada relasi. Dokumentasi produk yang masih ada seringkali tertimbun dengan dokumentasi produk yang baru, sehingga calon pembeli tidak mengetahui apakah persediaan dari produk yang ditawarkan masih ada atau tidak.

Solusi yang diberikan kepada Seven Second adalah pemberdayaan melalui media berupa *website* yang nantinya akan digunakan sebagai media promosi dan juga informasi terkait dengan kegiatan yang ada di Seven Second. Melalui *website* yang dikembangkan Seven Second dapat memberikan informasi terbaru kepada calon pembeli yang tertarik untuk melihat produk dari Seven Second. *Website* yang dibuat berdasar pada *profile website* yang digunakan untuk menunjukkan katalog dan juga informasi yang ada pada Seven Second seperti *event* yang akan diadakan, diskon, promo, bahkan katalog terbaru. *Website* yang dikembangkan akan diberikan kepada Seven Second dan akan dilakukan pendampingan dan sosialisasi terkait petunjuk teknis dan juga cara penggunaan *website*.

## 2. METODE

Metode yang digunakan berupa integrasi toko dengan *website* yang berfungsi sebagai profil dan juga katalog dari produk produk yang dipasarkan oleh Seven Second. Tidak hanya pengadaan berupa *website*, tetapi juga pendampingan dan juga pelatihan agar dapat memanfaatkan internet dan juga mengelola *website* dengan maksimal sebagai media promosi untuk produk yang dijual oleh Seven Second.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan dari pengadaan *website*, maka dilakukan evaluasi untuk mengukur hasil dari kegiatan apakah sudah memiliki tingkat ketercapaian yang memenuhi target. Evaluasi yang dilakukan mencakup evaluasi pemanfaatan *website* sebagai media promosi dan evaluasi peningkatan pengunjung yang ada pada Seven Second dalam jangka waktu tertentu.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan melibatkan toko baju yang menjual baju impor bekas

yang bernama Seven Second. Seven Second berdiri pada tahun 2019 hingga sekarang. Seven Second memiliki 2 cabang yang terletak di Malang Raya dan salah satunya berada di Jl. Karangjuwet, Karangploso, Kabupaten Malang.

### 2.1 Persiapan Website

*Website* yang dikembangkan sudah disetujui oleh pihak mitra, yaitu Seven Second bahwa *website* nantinya digunakan sebagai *website* katalog dan juga informasi yang berisikan informasi terkait produk, profil mitra, informasi kontak mitra, dan juga acara yang akan diadakan oleh mitra. Pada tahap persiapan, pihak tim berdiskusi dengan anggota tim yang berperan sebagai *developer* untuk mulai mengembangkan *website* yang sesuai dengan persetujuan dan permintaan mitra

Setelah *website* sudah dikembangkan dan juga dibuat oleh tim yang bertugas sebagai *developer*. Selanjutnya *website* diberikan kembali ke anggota tim untuk dilakukan evaluasi dan juga revisi terkait *website* yang sudah dikembangkan dilengkapi dengan dokumentasi dan juga cara penggunaan *website*. Melalui revisi dan juga penilaian tahap awal, *developer* lalu menerima masukan dan juga saran yang nantinya digunakan sebagai bahan revisi untuk *website* yang sudah dikembangkan. Proses dilanjutkan dengan penambahan dan penggantian komponen yang sudah diberikan melalui masukan dan juga saran anggota tim kepada *developer*.

*Website* yang sudah direvisi dan juga diperbaiki dari *bug* diserahkan kembali ke tim untuk dilakukan evaluasi final sebelum dilakukan evaluasi oleh mitra. Setelah melewati tahap finalisasi oleh tim, maka dilanjutkan dengan pengesahan oleh pihak mitra.

*Website* yang telah selesai direvisi dan sepenuhnya dikembangkan akan dilanjutkan dengan proses *hosting*. *Hosting* merupakan tahapan akhir dalam proses pembuatan *website*. *Hosting* bertujuan untuk mempublikasikan *website* agar bisa diakses oleh pengguna atau calon pembeli. Mitra tidak harus menyalakan komputer atau membeli *server* agar *website* dapat diakses oleh pengguna. Melalui layanan *hosting*, *website* dapat diakses oleh pengguna kapanpun dan dimanapun selama ada konektivitas internet. Layanan *hosting* yang akan digunakan nantinya akan disediakan oleh pihak Domainsia atau Niagahoster.

### 2.2 Pemberian Materi dan Pendampingan

Setelah proses persiapan *website* sudah selesai dan sudah disetujui oleh pihak mitra, maka dilakukan proses pemberian materi dan juga pendampingan terkait penggunaan *website* yang nantinya akan

diberikan kepada mitra. Adapun materi yang akan diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan *website*
2. Cara penggunaan tiap fitur yang ada pada *website*
3. Pendalaman penggunaan *website*
4. Praktek simulasi dengan pembeli
5. Praktek mandiri
6. Tanya jawab

Pemberian materi juga akan didukung dengan pemberian dokumentasi soal cara penggunaan *website* yang sudah dibuat. Dokumentasi berisikan cara penggunaan tiap fitur pada *website*. Dokumentasi yang diberikan akan berupa tulisan juga juga *interface* dari *website* untuk mempermudah mitra untuk memahami fitur pada *website*.

Pada kegiatan tahapan Pemberian Materi dan Pendampingan akan dilaksanakan secara tatap muka dengan pemilik dari Seven Second yaitu Bapak Ivan. Bapak Ivan akan diarahkan sesuai dengan penggunaan *website* yang nantinya akan diberikan pelatihan juga kepada karyawan dari Seven Second oleh Bapak Ivan sendiri. Sebelum sesi pemberian materi dan juga pendampingan, mitra akan diberikan *pre test* untuk menjadi tolak ukur tingkat pemahaman dari penggunaan *website*.

Kemampuan dasar yang akan diberikan kepada mitra terkait dengan login, manajemen produk, manajemen event, dan juga manajemen akun. Kegiatan pemberian materi dan juga pendampingan akan dilakukan secara interaktif dan juga interaktif untuk memastikan bahwa mitra mengerti dan memahami setiap fitur dan juga kegunaan dari *website* yang akan diberikan. Pada akhir pendampingan akan diberikan *post test* berupa kuesioner untuk mengukur tingkat pemahaman mitra terkait *website* yang sudah dibuat.

### 2.3 Metode Evaluasi

Evaluasi yang akan dilakukan dengan metode:

1. Tes akhir pada penggunaan *website* oleh karyawan dan juga pemilik dari Seven Second tentang penggunaan *website* dan juga pemahaman terkait fitur yang ada pada *website* yang sudah disiapkan.
2. Kemampuan dari mitra akan dibuktikan dengan praktik yaitu dapat mengoperasikan mulai dari login hingga manajemen produk dan *event*.

2.4 Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 metode pelaksanaan kegiatan

No.	Kegiatan
1.	Survei dan analisis data primer ke pemilik Seven Second dan survei ke toko Seven Second
2.	Penjelasan kegiatan dan juga tanda tangan kontrak kerja dengan Bapak Ivan selaku pemilik Seven Second
3.	Pembuatan <i>website</i> oleh developer dari tim PPM serta pengujian dan juga pembenaran <i>website</i>
4.	Pelaksanaan <i>pre test</i> oleh mitra
5.	Persetujuan mitra dan juga penyerahan dokumentasi disertai dengan pelatihan penggunaan <i>website</i> oleh mitra
6.	Pelaksanaan <i>post test</i> oleh mitra
7.	Monitoring dan evaluasi

2.5 Bahan Kegiatan

Termasuk di dalam metode adalah beberapa pengertian penting yang relevan dengan internet.

2.5.1 Pengertian Situs Web

Situs web merupakan kumpulan beberapa halaman web yang semuanya saling terkait dan dapat diakses dengan mengunjungi beranda, dengan menggunakan browser seperti *Internet Explorer*, *Mozilla*, *Google Chrome*, atau *Opera* [3]. Layanan *website* memberikan perubahan pada penggunaan internet, dimana mengembangkan penggunaan dimana hanya mengamati informasi (*eyeball web*) menjadi *business-to-consumer* (B2C) *interaction*. dimana *website* transaksi akan didominasi oleh *program-to-program business-to-business interaction* (B2B) [4]. Informasi yang diperlukan untuk konten *website* dapat diperoleh melalui manajemen toko dan juga *event* yang akan diikuti oleh mitra. Pengelola dan administrator dapat mengontrol dan memperbarui konten *website* menjadi fitur yang serbaguna dan dapat diakses dimana saja selama memiliki akses internet.

Media komunikasi berupa *website* juga dapat mencapai berbagai calon pembeli dimanapun dan kapanpun. Informasi yang berada di dalam *website* juga dapat diakses dan dibagikan dengan cara yang relatif lebih mudah dengan memaksimalkan penggunaan internet melalui media sosial.

*Website* yang digunakan sebagai media pemasaran produk bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait produk dan juga *event* yang sedang berlangsung pada suatu bisnis. *Website* sendiri terdiri dari komponen utama yaitu [1]:

1. Jaringan: jaringan area lokal dan area luas serta menghubungkan perangkat yang memiliki akses ke internet
2. Klien: *web browser* yang memungkinkan pengguna dapat mengakses internet
3. *Server*: selalu menjalankan layanan untuk mengakses informasi yang berada di internet.
4. Dokumen: halaman *web*, sebagian besar dibuat menggunakan bahasa pemrograman HTML dan menyediakan informasi ke web
5. Protokol: *Hyper Text Transfer Protocol* (HTTP) yang digunakan klien dan *server web* untuk melakukan transaksi data satu sama lain.

2.5.2 Komponen Website

Komponen yang digunakan untuk membuat *website* antara lain:

1. *Framework* Laravel

LARAVEL adalah salah satu kerangka kerja PHP yang paling banyak digunakan. Seiring dengan pertumbuhan jaringan, setiap orang ingin jaringannya menjadi besar dan luas, dan untuk itu, pengguna perlu terhubung dengan klien melalui situs webnya yang dapat memberikan informasi tentang perusahaannya dan produk-produk mereka. Dengan pendekatan tradisional dalam desain situs web, dibutuhkan waktu dan menimbulkan masalah lainnya, untuk masalah seperti itu kerangka kerja diciptakan. Kerangka kerja PHP menyediakan kode-kode yang sudah dibuat, pengguna hanya perlu memodifikasi informasi ini sesuai dengan kebutuhan pengguna. Desain web dengan kerangka kerja Laravel sangat mudah dan sederhana, tetapi pengguna harus memahami dasar-dasar PHP untuk mengerti struktur kerangka kerja ini. Model yang diusulkan adalah untuk merancang situs *web e-commerce* dengan bantuan kerangka kerja PHP-LARAVEL [5].

2. *MySQL Database*

MySQL adalah *Relational Database Management System* (RDBMS) berkinerja tinggi,

multithreaded, dan multiuser yang dibangun di sekitar arsitektur klien-server. Selama beberapa tahun terakhir, sistem basis data yang cepat, kuat, dan ramah pengguna ini sistem basis data yang cepat, tangguh, dan mudah digunakan ini telah menjadi pilihan de facto untuk penggunaan bisnis dan pribadi, terutama karena rangkaian alat manajemen data yang canggih, ramah kebijakan perizinannya, dan komunitas pengguna dan teknisi yang mendukung di seluruh dunia [6].

### 3. Hosting

Hosting adalah layanan untuk menempatkan dan menyimpan file perusahaan di server penyedia hosting, organisasi yang mengkhususkan diri dalam memberikan layanan ini [7]. Secara umum hosting berarti membuka layanan website kepada public agar bisa diakses oleh pengguna secara luas dan membantu pemilik atau admin untuk terus menjalankan website tanpa harus memiliki server sebagai penyedia layanan. Organisasi yang akan menyediakan layanan hosting untuk mitra adalah Domainsia atau Niagahoster.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode yang digunakan, berupa penerapan website sebagai portofolio dan juga katalog dari produk yang dipasarkan oleh Seven Second, serta sosialisasi dan pelatihan penggunaan website secara menyeluruh untuk dapat memanfaatkan internet dan mengelola website sebagai media pemasaran bagi Seven Second. Melalui metode yang digunakan, sesuai dengan kebutuhan mitra yang sehingga menghasilkan website dengan spesifikasi berikut.

### 3.1 Perangkat Lunak

Perangkat lunak yang digunakan untuk mengakses fitur dan juga halaman dari website Seven Second adalah:

- *Operating System* yang terintegrasi dengan perangkat seperti Laptop atau Komputer. *Operating System* yang dapat digunakan untuk mengakses website seperti Windows, Linux, atau MacOS.
- Web Browser, seperti Chrome, Mozilla Firefox, dan Microsoft Edge.

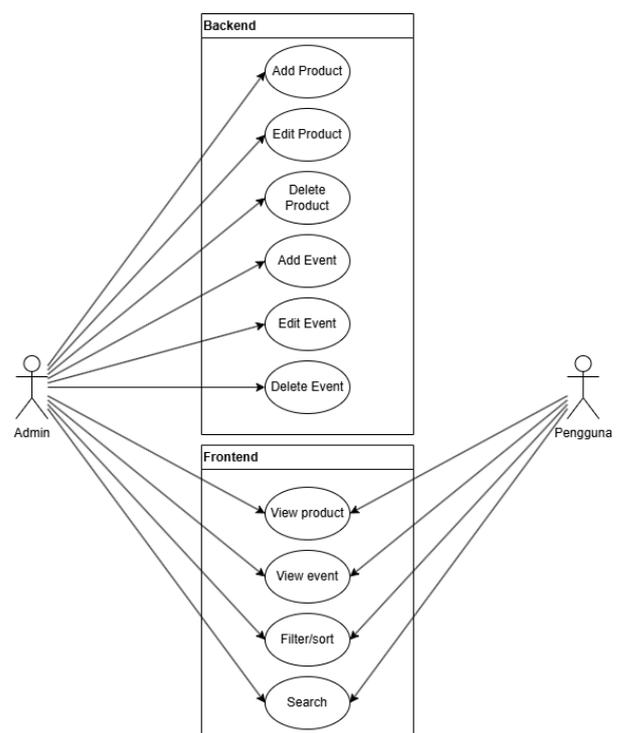
### 3.2 Perangkat Keras

Perangkat keras yang dibutuhkan untuk menjalankan website dari Seven Second adalah sebagai berikut:

- Komputer / Laptop
- Mouse
- Keyboard

### 3.3 Rancangan Sistem

Rancangan sistem dapat dilihat melalui *use case diagram* pada Gambar 1. Website yang dibuat memiliki 2 pengguna utama yaitu admin dan pengguna / pelanggan. Admin bertanggung jawab untuk melakukan manajemen produk dan juga berita / event yang ada pada website Seven Second, sedangkan pelanggan hanya bisa melihat dan juga membeli produk melalui tombol BUY yang nantinya mengarahkan pelanggan ke platform Shopee yang dimiliki oleh toko Seven Second.



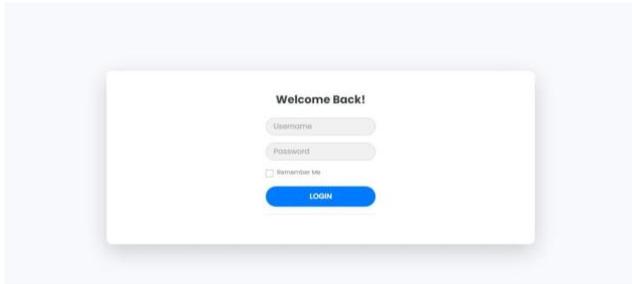
Gambar 1 User Case Diagram

### 3.4 Tampilan Website

Website yang diberikan memiliki beberapa fitur yang memiliki tampilan yang berbeda tergantung pada fungsi fitur tersebut. Fitur yang diberikan memiliki fungsi sesuai dengan solusi yang ditawarkan.

#### 3.4.1 Halaman Login

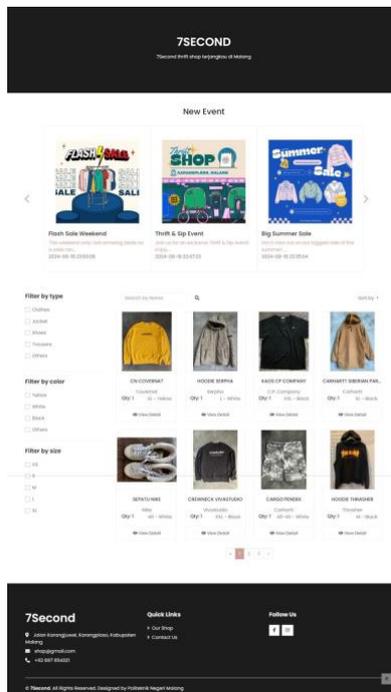
Gambar 2 merupakan halaman login ketika admin sampai pada halaman website. Setelah melakukan login, admin dapat memasuki halaman dashboard yang dikhususkan untuk admin yang nantinya digunakan untuk melakukan manajemen produk dan event.



Gambar 2. Halaman Login

### 3.4.2 Dashboard Customer

Gambar 3 merupakan halaman dimana pelanggan atau *customer* berada ketika pertama kali mengakses *website*. Pelanggan akan disajikan dengan produk yang ditawarkan serta terdapat event atau pemberitahuan khusus pada *website* yang bisa ditambah dan dikurangi oleh admin.



Gambar 3 Halaman Dashboard Customer

### 3.4.3 Detail Event

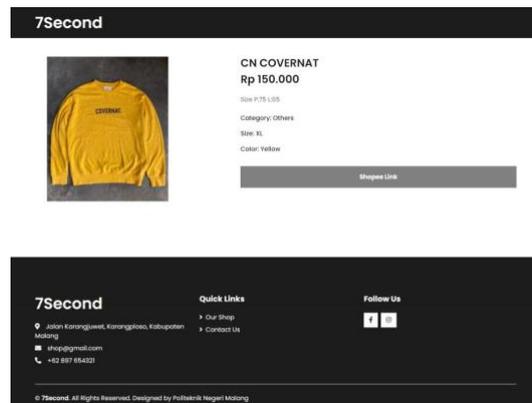
Pengguna akan diarahkan ke halaman pada Gambar 4 yang merupakan detail dari *event* apabila pengguna mengklik *event* pada kolom *new event* pada *dashboard*. Pada halaman detail, pengguna akan menemukan informasi yang lebih lengkap terkait dengan *event* yang sedang diadakan oleh mitra.



Gambar 4. Halaman Detail Event

### 3.4.4 Detail Produk Pengguna

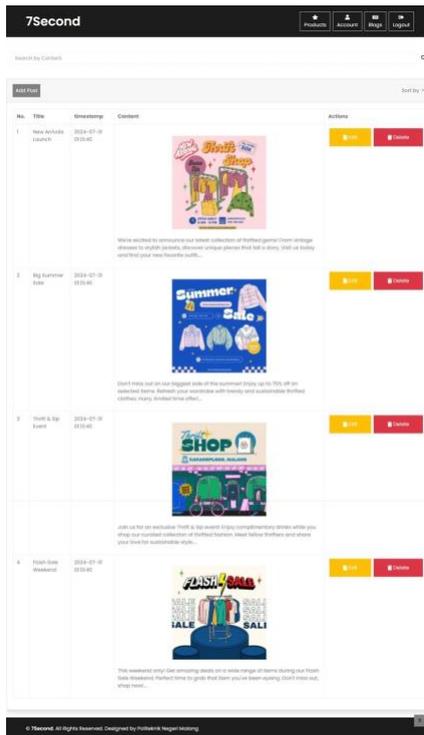
Pengguna atau *customer* dapat melihat detail produk seperti pada Gambar 5. Halaman tersebut menyediakan detail dari produk yang ditawarkan seperti nama produk, harga produk, kategori, ukuran, serta warna produk.



Gambar 5. Detail Produk

### 3.4.5 Admin Event Management

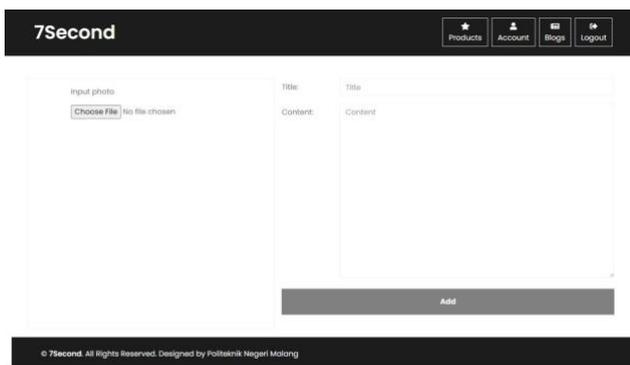
Admin dapat melakukan manajemen *event* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6. Pada halaman tersebut, admin dapat menambahkan, menghapus dan melakukan perubahan pada *event*. Setelah admin selesai melakukan manajemen *event* maka *event* ditampilkan pada *dashboard* pengguna atau *customer*.



Gambar 6. Admin Event Management

### 3.4.6 Admin Add Event

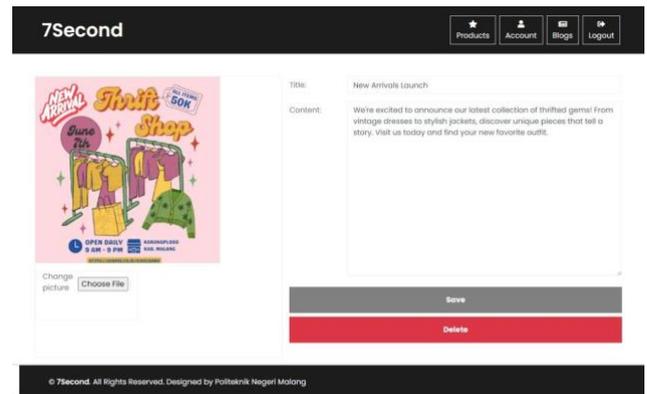
Pada Gambar 7 memberikan tampilan berupa fungsi untuk menambahkan *event* yang akan dibagikan kepada pengguna atau *customer*. Melalui fitur ini admin dapat memberikan informasi berupa gambar, keterangan, tanggal, serta informasi lebih lanjut terkait dengan *event* yang diadakan oleh mitra.



Gambar 7. Admin Add Event

### 3.4.7 Admin Edit Event

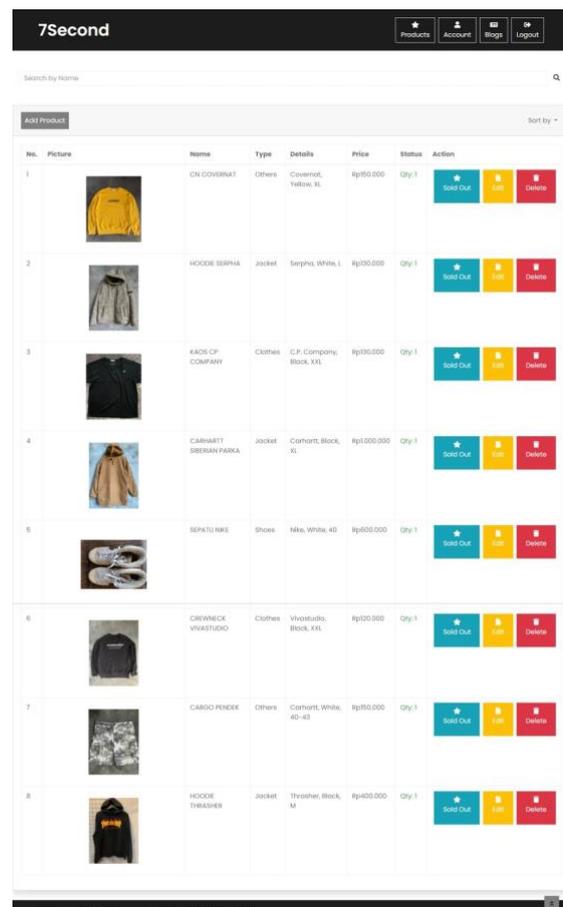
Selain dapat menambahkan *event* pada *website*, admin juga dapat melakukan perubahan atau edit melalui tampilan pada Gambar 8. Setelah admin selesai mengganti konten yang ingin diganti, maka admin harus mengklik tombol *save* untuk melakukan perubahan pada *event*. Admin juga dapat melakukan *delete* atau menghapus konten dari *event*.



Gambar 8. Admin Edit Event

### 3.4.8 Admin Product Management

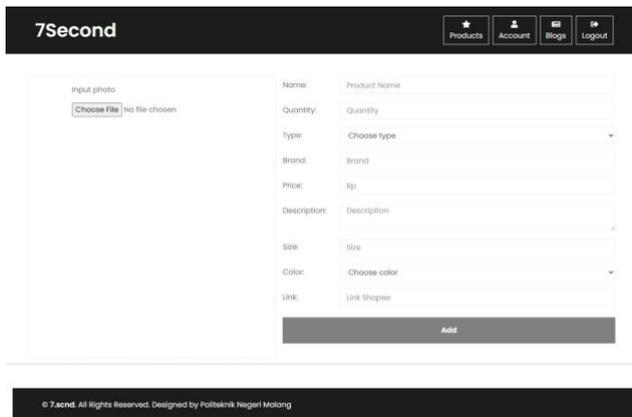
Fungsi utama dari admin adalah untuk melakukan manajemen produk yang ditawarkan oleh mitra. Melalui tampilan pada Gambar 9, admin dapat melakukan monitoring dan juga manajemen produk agar dapat memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk yang ditawarkan.



Gambar 9. Admin Product Management

### 3.4.9 Admin Add Product

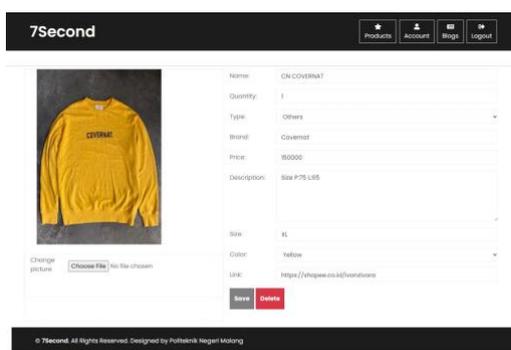
Salah satu fitur atau fungsi yang terdapat dalam manajemen produk oleh admin adalah menambahkan produk atau *add product*. Produk dapat ditambahkan melalui tampilan seperti pada Gambar 10. Produk yang ditambahkan harus memiliki foto produk, nama, jumlah atau *quantity*, tipe dari produk, *brand* atau merek dari produk, harga, deskripsi, ukuran, warna, serta *link* atau tautan yang terhubung dengan produk yang sudah ada pada platform Shopee dari mitra.



Gambar 10. Admin Add Product

### 3.4.10 Admin Edit Product

Produk yang sudah ditambahkan melalui fitur *add product* dapat diubah dan disesuaikan ulang oleh admin apabila konten yang dimasukkan belum sesuai. Admin dapat melakukan perubahan melalui fitur *edit product* seperti pada tampilan pada Gambar 11. Fitur *edit product* dapat melakukan perubahan dari seluruh konten produk atau menghapus konten produk itu sendiri.



Gambar 11. Admin Edit Product

### 3.5 Pasca Pengembangan Website

Setelah *website* sepenuhnya dikembangkan, *website* lalu diuji untuk dilakukan pengukuran fungsionalitas apakah sudah sesuai dengan solusi yang ditawarkan atau belum. Pengujian dilakukan oleh Tim dan juga pihak mitra agar adanya tolak ukur yang sesuai dari

kedua belah pihak. Selanjutnya dilakukan pembuatan buku pedoman website yang diharapkan menjadi panduan bagi mitra untuk memaksimalkan penggunaan oleh mitra. Selain itu, pelatihan pengelolaan serta pemanfaatan *website* untuk mendukung aktivitas usaha dari mitra dilakukan bersama dengan tim. Hasil dari pengabdian juga dapat dilihat pada Gambar 12 yang merupakan tingkat kepuasan mitra atas solusi yang diberikan.

**KUESIONER KEPUASAN MITRA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PPM)**

**Identitas Pengabdian Masyarakat (diisi oleh pelaksana)**

Judul kegiatan : Strategi Membangun Bisnis Baju Bekas Import Pada Umkm Seven Second Di Era Digital  
 Skema : PPM DIPA Swadana Reguler / PPM DIPA Swadana Kemitraan \*)  
 Lokasi : Karangjuwet, Karangploso Kabupaten Malang  
 Ketua PPM : Eka Larasati Amalia

\* pilih yang sesuai

**Survey Kepuasan (diisi oleh masyarakat/mitra)**

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih.

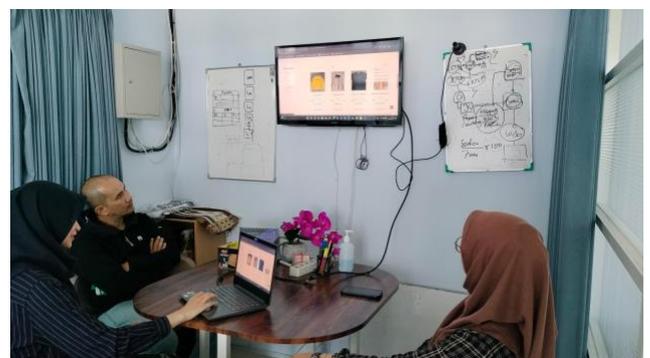
No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Kegiatan PPM yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi mitra		✓		
2.	Anggota Tim yang terlibat dalam kegiatan PPM aktif dalam memberikan bantuan		✓		
3.	Frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim PPM dirasakan sudah sesuai		✓		
4.	Terjadi peningkatan kemandirian atau penambahan pengetahuan dan ketrampilan pada mitra		✓		
5.	Secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan PPM yang telah dilaksanakan		✓		

Keterangan :  
 SS = sangat setuju    S = setuju    TS = tidak setuju    STS = sangat tidak setuju

Gambar 12. Tingkat Kepuasan Mitra



Gambar 13. Sosialisasi Terhadap Mitra



Gambar 14. Sosialisasi Terhadap Mitra Terkait Penggunaan Website

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan Strategi Membangun Bisnis Baju Bekas Import Pada Umkm Seven Second dibagi menjadi 2 sub kegiatan, pertama adalah pengembangan *website* untuk membantu Seven Second untuk melakukan pemasaran produk. Lalu dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan penggunaan dari *website* yang sudah dikembangkan.

Dari pengembangan *website* yang diberikan, *website* Seven Second merupakan *website* yang bertujuan untuk mempromosikan dan memberikan informasi terkait produk dan juga *event* yang diadakan oleh Seven Second. *Website* juga dilengkapi dengan panduan manual untuk membantu mengoperasikan *website* tersebut.

Selanjutnya dari segi pelaksanaan pelatihan *website*. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara *offline*. Kegiatan pelatihan dan pembimbingan bertujuan untuk membimbing mitra agar bisa mengoperasikan *website* dengan maksimal. Pelatihan yang diberikan berupa bimbingan teknis berupa pemanfaatan *website* yang nantinya membantu pihak mitra untuk melakukan pemasaran dan penyebaran informasi dari produk dan *event* yang dipaparkan oleh pihak Seven Second.

## 5. SARAN

Membuat fitur untuk keberlanjutan *website* dengan konten dinamis yang berubah berdasarkan interaksi pengguna, seperti penawaran khusus yang muncul setelah pengunjung menghabiskan waktu tertentu di situs.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang yang telah memberikan dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini dan seluruh pihak dari Seven Second yang mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian ini dengan baik dan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Haris, Z. A., Afandi, A., Widiastuti, R., Suwarni, E., & Miharso, A. (2021). Pelatihan Pembuatan Website TK Muslimat NU 15 Khodijah Kelurahan Sedayu - Turen. *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat (JPPKM)*, 8(2), 68-71.
- [2]. Ferry Rahmat Astianta Bukit, Gea Geby A.S, Irvan, Fahmi. (2019). Pembuatan Website

Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229-231. DOI: 10.30595/jppm.v3i2.4317

- [3]. Hartoto, dkk., 2016, Membuat Blog dengan Wordpress. Teknologi Ilmu Komputer (TIK). Tutorial WordPress - Repository Unand, <http://repository.unand.ac.id>.
- [4]. Gottschalk, P. (2002). *Introduction to Web services architecture*. Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline, 5(2), 79-93.
- [5]. Yadav, A., Jain, S., & Mishra, A. (2019). *LARAVEL: A PHP Framework for E-Commerce Website*. Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences, 31(3), 3-14.
- [6]. Vaswani, V. (2010). *MySQL database usage & administration*. McGraw-Hill.
- [7]. Fil, N., Nefedov, L., & Binkovskaya, A. (2019, October). A Model for Choosing Hosting for a Company's Website. In *2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T)* (pp. 387-390). IEEE.
- [8]. Akgün, V. Özlem & Mezde, Ayça. (2024). The Impact of Consumer Motivation on Repurchase in Online Second-Hand Shopping Experience: An Application on Aimed at Measuring University Student Tendencies. 59. 2643-2666.
- [9]. Adisuputra, A. (2025). Factor of Social Media Adoption for Marketing in Industry : A Literature Review. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. 61-65. 10.37034/infeb.v7i1.1110.
- [10]. Harahap, Rahma & Nahampun, Tiffanyia & Jasmine, Humaira. (2025). The Effect of E-Commerce on Social Networks and Consumer Dependence among University of North Sumatera (USU) Students. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*. 4. 49-57. 10.32734/jba.v4i1.16295.
- [11]. Yao, Yu & Xu, Huiya & Song, Ha-Young. (2025). Exploring the Key Factors Affecting Customer Satisfaction in China's Sustainable Second-Hand Clothing Market: A Mixed Methods Approach. *Sustainability*. 17. 1694. 10.3390/su17041694.

- [12].Ge, Yuxin & Li, Chenyang & Li, Jinhui. (2023).  
Research on the Relationship between Second-  
hand Market and Consumers. *Advances in  
Economics, Management and Political Sciences*.  
25. 274-280. 10.54254/2754-1169/25/20230512.