

**LAPORAN AKHIR
IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IbM)**



**IbM STRATEGI PROMOSI PADA TOSERBA GANDUNG DAN SOPONGIRO
SURABAYA**

Tim Pengusul

Ayouvi Poerna Wardhanie., S.M.B., M.M.	NIK	160852
Valentinus Roby Hananto, S.Kom., M.Sc.	NIK	110745
Norma Ningsih., S.ST., M.T.	NIK	160854

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA
STIKOM SURABAYA**

2016

**SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN
PROGRAM HIBAH INTERNAL IPTEKS BAGI MASYARAKAT (I_bM)
TAHUN ANGGARAN 2016
Nomor : 016/ST-PPM/KPJ/VI/2016**

Pada hari ini Senin tanggal Dua puluh bulan Juni tahun Dua ribu enam belas, kami yang bertanda tangan dibawah ini:

1. **Tutut Wurijanto, M.Kom** : Kepala Bagian Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPM) Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yang dalam hal ini bertindak sebagai penanggung jawab pelaksanaan Program Hibah Internal Ipteks Bagi Masyarakat (I_bM) Tahun Anggaran 2016 yang didanai Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Untuk selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.
2. **Ayoubi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M.** : Penerima Hibah Internal Ipteks Bagi Masyarakat (I_bM) Tahun Anggaran 2016. Untuk Selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.
PIHAK KEDUA mempunyai anggota sebagai berikut :
- Valentinus Roby Hananto, S.Kom., M.Sc.
 - Norma Ningsih, S.ST., M.T.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA secara bersama-sama telah bersepakat dan bekerjasama untuk menyelesaikan semua kegiatan Program Hibah Internal Ipteks Bagi Masyarakat (I_bM) Tahun Anggaran 2016 Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

PIHAK PERTAMA memberi kepercayaan dan pekerjaan kepada PIHAK KEDUA, dan PIHAK KEDUA menerima pekerjaan tersebut sebagai Ketua Pelaksana Program Hibah Internal Ipteks Bagi Masyarakat (I_bM) dengan judul: "IbM Strategi Promosi Pada Toko Kelontong Modern "Gandung" Surabaya"

PIHAK PERTAMA memberikan dana untuk kegiatan Program Hibah Internal Ipteks Bagi Masyarakat (I_bM) kepada PIHAK KEDUA sebesar Rp. 5.000,000,- Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggung jawab PIHAK KEDUA dan harus dibayarkan ke kas Negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

PIHAK PERTAMA melakukan pembayaran secara bertahap kepada PIHAK KEDUA, yaitu termin pertama sebesar 50% Rp.2.500,000,- diberikan setelah penandatanganan surat perjanjian ini dan menyerahkan revisi usulan sesuai saran reviewer, termin kedua sebesar 20% Rp.1.000,000,- diberikan setelah laporan kemajuan pelaksanaan kegiatan dan laporan

termin ketiga sebesar 30% Rp. 1,500,000,- diberikan setelah laporan akhir, seminar, *log book*, laporan keuangan dan bukti publikasi dijurnal nasional pengabdian masyarakat diterima oleh bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM).

PIHAK KEDUA harus menyerahkan laporan akhir dari seluruh kegiatan, baik secara administratif maupun hasil capaian dari kegiatan yang telah dilakukan selambat-lambatnya pada tanggal **21 November 2016**. Kelalaian atas kewajiban pengumpulan pada tanggal tersebut menyebabkan gugurnya hak untuk mengajukan usulan Pengabdian Masyarakat skim IbM pada tahun berikutnya.

PIHAK PERTAMA dapat melakukan kegiatan: (1) Pemantauan, (2) Evaluasi internal, (3) Audit penggunaan anggaran. Pihak KEDUA wajib memperlancar kegiatan yang dilakukan PIHAK PERTAMA tersebut.

PIHAK KEDUA wajib Menyelesaikan:

- Laporan Kemajuan (*Progress Report*) sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **27 Juli 2016**
- Jadwal Kunjungan ke mitra mulai **September 2016** (Jadwal menyesuaikan)
- Seminar Internal Laporan Akhir mulai **Okttober 2016** (Jadwal Seminar menyesuaikan).
- Laporan Akhir sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat tanggal **21 November 2016**
- Laporan Penggunaan Keuangan 100%, sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat tanggal **21 November 2016**
- Catatan Harian (*Log Book*) sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat tanggal **21 November 2016**
- Softcopy Laporan Akhir & Laporan Penggunaan Keuangan dikirim ke lppm@stikom.edu, paling lambat tanggal **21 November 2016**
- Publikasi hasil pelaksanaan dijurnal nasional pengabdian masyarakat & bukti pemuatan publikasi, paling lambat **21 November 2016**

Demikian surat perjanjian dibuat, dipahami bersama dan dilaksanakan.

PIHAK PERTAMA,


Tutut Wurijanto, M.Kom

Surabaya, 20 Juni 2016
PIHAK KEDUA,


 6000
EMBOS BURUPIAH
2BB25ADF731113186

Ayouvi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M.

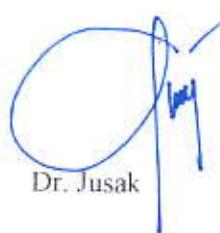
LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul IbM : Strategi Promosi pada Toserba
Gandung dan Sopongiro Surabaya
2. Daftar Mitra : Toserba Gandung dan Sopongiro Surabaya
3. Ketua Tim Pengusul
- a) Nama : Ayouvi Poerna Wardhanie., S.M.B., M.M.
 - b) NIDN : 0721068904
 - c) Jabatan / Golongan : -
 - d) Program Studi : Sistem Informasi
 - e) Perguruan Tinggi : Institut Bisnis dan Informatika Stikom
 - f) Bidang Keahlian : Manajemen Bisnis
 - g) Alamat Kantor/ Telp/Email : Jalan Raya Kedung Baruk no. 98/
081230030660/ayouvi@stikom.edu
4. Anggota Tim Pengusul
- a) Jumlah anggota : 2 Orang
 - b) Mahasiswa yang terlibat: : -
5. Lokasi Kegiatan
- a) Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : -
 - b) Kabupaten : -
 - c) Kota : Surabaya
 - d) Propinsi : Jawa Timur
 - e) Jarak PT ke lokasi mitra : 8 km
6. Luaran yang dihasilkan : Solusi Strategi Promosi
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 1 tahun
8. Biaya Total
- Internal : Rp. 5.000.000,-
 - Sumber Lain : Rp. 0

Surabaya, 23 November 2016

Mengetahui,
Dekan FTI

Institut Bisnis & Informatika Stikom Surabaya



Dr. Jusak

Ketua Tim Pengusul



Ayouvi P. Wardhanie., S.M.B., M.M.

Mengetahui,

Ketua PPM Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya



RINGKASAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi, keberadaan bisnis ritel atau eceran di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini terjadi karena adanya perubahan pola belanja masyarakat yang semakin selektif dan adanya perbedaan cara pandang masyarakat tentang bisnis ritel atau eceran. Perkembangan gaya hidup tersebut sejalan dengan tumbuhnya mal-mal yang sangat mendukung tumbuhnya ritel modern, sehingga terjadi tren modernisasi pola hidup konsumen di Indonesia. Bisnis ritel yang semula dipandang hanya sebatas penyedia barang dan jasa saja, sekarang dipandang sebagai bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif.

Pengabdian masyarakat yang dibuat untuk tahun anggaran 2016 ini merupakan pengabdian masyarakat yang diperuntukkan bagi para pemilik toko bisnis ritel beserta karyawannya. Kebutuhan akan pembelajaran mengenai *skill* dalam mendesain gambar dengan menggunakan Adobe Photoshop sebagai alat bantu untuk meningkatkan promosi penjualan ini sangat diperlukan. Hal ini dikarenakan, para pemilik bisnis retail saat ini dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menggunakan aplikasi media promosi sebagai penunjang dalam meningkatkan dan mengembangkan bisnisnya. Selain itu juga diberikan pelatihan untuk menganalisis penjualan produk sebagai pendukung keputusan promosi penjualan.

Metode yang akan digunakan yaitu memberikan pemahaman dan diskusi tentang pemasaran yang efektif saat ini, mengingat banyaknya kompetitor di bisnis retail, memberikan pelatihan kepada pengusaha dan karyawan Toserba Gandung dan Sopongiro Surabaya tentang pentingnya strategi promosi dengan pemanfaatan media promosi serta pentingnya proses analisa hasil penjualan.

Hasil kegiatan dari pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan modul Adobe Photoshop sebagai panduan dalam membuat desain gambar, pembuatan kerangka *job description* dari masing-masing pemilik bisnis dan karyawan, yang diminta khusus oleh pemilik Toko Gandung Surabaya dan hasil pelatihan pembuatan desain gambar menggunakan Adobe Photoshop tersebut, digunakan dalam media promosi seperti kaos, banner, poster dan papan reklame.

PRAKATA

Syukur yang tak terkira penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan pengabdian masyarakat dan menyelesaikan laporan akhir pengabdian masyarakat yang berjudul "**TbM Strategi Promosi pada Toserba Gandung dan Sopongiro Surabaya**" Laporan akhir ini dibuat dengan berbagai pengamatan dan beberapa bantuan dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan tantangan dan hambatan selama mengerjakan laporan kemajuan ini. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan akhir ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya serta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan baik berupa moril maupun materiil selama kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung.
2. Bapak Tutut Wurijanto, M.Kom, selaku Kepala Bagian Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.
3. Ibu Sri Hariani Eko Wulandari, S.Kom., M.MT, selaku pembimbing penulis dalam melakukan pengabdian masyarakat ini, serta membantu dalam pencarian mitra bisnis.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan kemajuan pengabdian masyarakat ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar pada laporan kemajuan ini. Oleh karena itu penulis mengundang pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang dapat membangun penulis agar dapat menyempurnakan laporan akhir pengabdian masyarakat ini.

Akhir kata semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita sekalian.

Surabaya, 23 November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN	3
PRAKATA	4
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR	6
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 Analisis Situasi.....	7
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
1.3 Justifikasi	10
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	11
2.1 Solusi	11
2.2 Jenis Luaran	11
BAB III METODE PELAKSANAAN	12
3.1 Metode Pendekatan yang Ditawarkan.....	12
3.2 Realisasi Pelaksanaan.....	12
3.3 Sasaran Pelaksanaan.....	13
3.4 Lokasi dan Waktu Kegiatan.....	13
BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	14
4.1 Kelayakan Perguruan Tinggi	14
4.2 Kualifikasi Tim Pelaksana.....	14
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	15
5.1. Pembahasan	15
5.2. Faktor Pendukung	20
5.3. Faktor Penghambat.....	20
5.4. Evaluasi.....	21
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	22
6.1. Kesimpulan	22
6.2. Saran.....	22
DAFTAR PUSTAKA.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Toserba Gandung, Surabaya	8
Gambar 1.2 CCTV yang ada di Toserba Gandung.....	9
Gambar 1.3 Toserba Sopongiro, Surabaya	9
Gambar 5.1 Modul Adobe Photoshop.....	15
Gambar 5.2 Contoh Poster Toserba Gandung Dengan Menggunakan Adobe Photoshop.....	16
Gambar 5.3 Contoh Poster Toserba Sopongiro Dengan Menggunakan Adobe Photoshop	16
Gambar 5.4 Dokumentasi Pelatihan Adobe Photoshop di Toserba Gandung Surabaya.....	17
Gambar 5.5 Dokumentasi Pelatihan Adobe Photoshop di Toserba Sopongiro Surabaya	17
Gambar 5.6 Dokumentasi Hasil Desain Karyawan Toserba Gandung Surabaya	18
Gambar 5.7 Dokumentasi Hasil Desain Banner Toserba Sopongiro Surabaya	18
Gambar 5.8 Dokumentasi Media Promosi Toserba Gandung Surabaya	19
Gambar 5.9 Dokumentasi Media Promosi Toserba Sopongiro Surabaya	20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Finansial, operasi, akuntansi dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan akan produk dan jasa sehingga perusahaan bisa menghasilkan keuntungan. Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950 dimana pemasaran masih memegang filosofi “membuat dan menjual” yang berpusat pada produk, tetapi saat ini bisnis beralih filosofi menjadi “merasakan dan merespon” yang berpusat pada pelanggan. Tugas pemasaran saat ini bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk perusahaan, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan perusahaan. Strategi pemasaran yang bagus dapat gagal diwujudkan akibat implementasi yang buruk. Jika perusahaan memutuskan untuk mempertahankan kepemimpinan teknologinya, perusahaan itu harus merencanakan program untuk memperkuat departemen R&Dnya, mengumpulkan intelijen teknologi, mengembangkan produk canggih, melatih wiraniaga teknik dan mengembangkan iklan untuk mengomunikasikan kepemimpinan teknologinya. Dunia bisnis saat ini menyadari bahwa jika mereka tidak memperlakukan pihak berkepentingan (*stakeholder*) dengan baik, misalnya pelanggan, karyawan, pemasok, distributor mereka mungkin tidak akan pernah menghasilkan laba yang cukup bagi perusahaannya.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, keberadaan bisnis ritel atau eceran di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini terjadi karena adanya perubahan pola belanja masyarakat yang semakin selektif dan adanya perbedaan cara pandang masyarakat tentang bisnis ritel (eceran). Mailool dalam Paramita (2012) menjelaskan bahwa perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang didukung oleh meluasnya penggunaan kartu kredit mendorong kebutuhan ritel modern semakin meningkat. Perkembangan gaya hidup tersebut sejalan dengan tumbuhnya mal-mal yang sangat mendukung tumbuhnya ritel modern, sehingga terjadi tren modernisasi pola hidup konsumen di Indonesia. Bisnis ritel yang semula dipandang hanya sebatas penyedia barang dan jasa saja, sekarang dipandang sebagai bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif. Saat ini, membanjirnya usaha minimarket modern seperti Alfamart dan Indomart tentu akan mengancam bisnis pemilik ritel tradisional. Seperti yang kita ketahui bahwa persaingan usaha adalah sebuah realita dan memang hal

yang tidak dapat terelakkan dalam menjalankan usaha, dan salah satu hal yang harus dilakukan dan menjadi perhatian terpenting adalah mempersiapkan strategi yang lebih baik dalam mengatasi hal tersebut.

Dengan semakin maraknya minimarket dan supermarket di Indonesia, khususnya di Surabaya salah satu toserba yang terkena dampak dari persaingan sengit tersebut adalah Toserba Gandung dan Sopongiro. Berikut ini adalah gambaran umum dari kedua toko tersebut. Pertama, adalah Toserba Gandung merupakan toko yang berdiri pada tahun 1970 oleh Bapak Parto Diharjo di jalan Gubeng Kertajaya IX no. 1 Surabaya.



Gambar 1.1 Toserba Gandung, Surabaya

Toserba Gandung menjual berbagai macam produk kebutuhan mulai dari rumah tangga, sembako, alat tulis, listrik hingga mainan anak-anak. Meskipun tergolong tradisional tetapi Toserba Gandung dapat dikatakan cukup modern karena telah menggunakan CCTV di dalam tokonya, serta memiliki aplikasi penjualan untuk memudahkan pemilik mengecek persediaan barang, mengenai barang mana yang laku terjual dan tidak, jumlah barang keluar dan lain-lain. Jumlah tenaga kerja di Toserba Gandung sebanyak empat orang, dimana satu orang sebagai kasir dan tiga orang *mobile* untuk melayani pelanggan, menata dan mengisi barang-barang di rak dan melakukan *order* ke *supplier*. Strategi penjualan yang digunakan oleh Toserba Gandung masih terbilang tradisional dibandingkan dengan minimarket seperti Indomart atau Alfamart, mereka masih mengandalkan strategi *Low Cost Leadership* dan promosi *mouth to mouth* dengan lingkungan sekitar.



Gambar 1.2 CCTV yang ada di Toserba Gandung

Kedua, adalah Toserba Sopongiro merupakan toko yang didirikan oleh Bapak Abuddin Salim di jalan Arif Rahman Hakim no. 3 Surabaya. Hampir sama dengan Toserba Gandum, Toserba Sopongiro juga menjual berbagai macam produk kebutuhan mulai dari rumah tangga, alat tulis, mainan anak-anak, gas elpiji hingga saat ini memperluas usahanya dengan membuka jasa *laundry*.



Gambar 1.3 Toserba Sopongiro, Surabaya

Berbeda dengan Toserba Gandung, Toserba Sopongiro belum dilengkapi dengan teknologi CCTV serta belum memiliki aplikasi penjualan untuk memudahkan pemilik mengecek persediaan barang, sehingga proses pengecekan masih dilakukan secara manual. Jumlah

tenaga kerja di Toserba Sopongiro sebanyak dua orang yang sekaligus merupakan pemilik toko tersebut, dimana satu orang sebagai kasir dan satu orang *bergerak* untuk melayani pelanggan, menata dan mengisi barang-barang di rak dan melakukan *order* ke *supplier*. Strategi penjualan yang digunakan oleh Toserba Sopongiro masih tradisional, dimana masih mengandalkan strategi *Low Cost Leadership* dan promosi *mouth to mouth* dengan lingkungan sekitar.

Kendala dalam hal promosi yang masih sederhana serta kurangnya pengetahuan tentang analisa penjualan tersebut membuat performa Toserba Gandung dan Toserba Sopongiro belum maksimal. Oleh sebab itu, dalam pengabdian masyarakat ini pengusul mencoba melakukan terobosan baru yaitu meningkatkan ketrampilan / *skill* pengusaha dalam memanfaatkan media promosi misalnya banner, brosur dan media sosial. Selain itu pengusul juga memberikan pelatihan dalam membuat desain promosi dengan bantuan Adobe Photoshop dan pelatihan pemanfaatan media promosi sebagai pendukung keputusan promosi penjualan.

1.2 Permasalahan Mitra

Dari masalah yang teridentifikasi, maka permasalahan yang muncul adalah bagaimana meningkatkan ketrampilan / *skill* pengusaha dalam memanfaatkan Adobe Photoshop untuk media promosi dalam pembuatan banner, brosur dan media sosial, selain itu juga bagaimana memberikan wawasan dalam menganalisis apa saja media promosi yang dapat digunakan sebagai pendukung keputusan promosi penjualan.

1.3 Justifikasi

Permasalahan ini merupakan permasalahan paling penting bagi pihak Toserba Gandung dan Sopongiro, karena dengan mengetahui strategi promosi yang tepat bagi usaha bisnisnya maka diharapkan dapat meningkatkan profit perusahaan sehingga dapat tetap *survive* ditengah maraknya minimarket modern seperti Indomart dan Alfamart.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Solusi yang akan diberikan kepada Toserba Gandung dan Sopongiro antara lain :

1. Pemberian pelatihan mengenai alternatif strategi pemasaran khususnya promosi yang sesuai dengan kondisi persaingan bisnis retail modern saat ini, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pengusaha retail.
2. Membekali pengusaha retail untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan dalam mengembangkan usaha ekonomi produktif.

2.2 Jenis Luaran

Jenis luaran yang akan dicapai adalah meningkatkan pengetahuan pengusaha Toserba Gandung dan Sopongiro tentang strategi promosi sebagai sebuah langkah dalam meningkatkan kualitas usaha bisnisnya. Adapun hasil pelatihan di Toserba Gandung dan Sopongiro yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan modul desain Adobe Photoshop yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai pendukung media promosi kedua toserba tersebut.
2. Pelatihan desain gambar dan tulisan sebagai media promosi toko, untuk digunakan pada kaos karyawan, banner, dan poster berdasarkan hasil karya dari pemilik dan karyawan mitra yaitu Toserba Gandung dan Sopongiro Surabaya.
3. Pembuatan *Job Description* dari masing-masing pegawai di Toserba Gandung Surabaya, berdasarkan permintaan langsung pemilik toko tersebut.
4. Penyediaan papan reklame sebagai salah satu media promosi, seperti informasi tentang diskon produk tertentu, informasi tentang produk baru yang dimiliki oleh mitra dan lain-lain.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Metode Pendekatan yang Ditawarkan

Dalam rangka mencapai tujuan pengembangan usaha dengan objek Toserba Gandung dan Sopongiro Surabaya, maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengadakan pelatihan desain gambar dengan bantuan aplikasi Adobe Photoshop, misalnya pembuatan poster, banner, brosur dan lainnya.
2. Melakukan diskusi atau *sharing* tentang peningkatan *brand awareness* toko mitra dengan memanfaatkan media promosi, seperti pemasangan papan reklame yang berisikan informasi penting tentang produk atau kegiatan toserba serta bagaimana cara dalam membuat *job description* yang baik untuk sumber daya manusia dalam toserba tersebut.

Pelatihan dilakukan selama kurang lebih 5 kali pertemuan dimana pertemuan pertama berupa pengenalan anggota tim beserta diskusi singkat tentang profil toko, perkembangan toko saat ini dan kendala apa saja yang dihadapi. Pertemuan kedua sampai kelima akan dilakukan pemberian materi berupa penggunaan Adobe Photoshop serta materi pemanfaatan media promosi yang sedang tren saat ini. Pelaksanaan pelatihan telah disepakati oleh pihak toko mitra yaitu pada bulan Oktober sampai dengan November. Dalam kesepakatan tersebut, pemilik toko juga menginginkan adanya tambahan materi tentang *job description* yang ada di dalam struktur toko retail, seperti tugas dan tanggung jawab kepala toko, kasir, pramuniaga, logistik dan lainnya. Hal ini dilakukan mengingat para karyawan masih sangat awam dan kesulitan dalam memahami tugas dan tanggung jawab pekerjaannya.

3.2 Realisasi Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan desain gambar menggunakan Adobe Photoshop ini telah dilaksanakan pada tanggal 30 September – 4 November 2016, dengan perincian jadwal dan materi sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Pelatihan Desain Gambar Adobe Photoshop
di Toserba Sopongiro dan Gandung Surabaya**

Tanggal	Waktu	Materi	Pertemuan	Penyaji
30 September 2016	18.00-19.30	Pengenalan dasar-dasar Adobe Photoshop kepada mitra toko Sopongiro Surabaya	1 kali	Tim
7 Oktober 2016	16.00 – 18.30	Pengenalan dasar-dasar Adobe Photoshop kepada mitra toko Gandung Surabaya	1 kali	Tim
10 - 14 Oktober 2016	18.00 – 19.00	Pengetahuan berupa teknik lanjut pada photoshop (pindah foto, edit foto dll) di toko Sopongiro Surabaya	3 kali	Tim
17 –21 Oktober 2016	18.00 – 19.00	Pengetahuan berupa teknik lanjut pada photoshop (pindah foto, edit foto dll) di toko Gandung Surabaya	3 kali	Tim
28 Oktober 2016	18.00-19.00	Pembuatan poster hasil pelatihan di toko Sopongiro Surabaya	1 kali	Tim
4 November 2016	16.00 – 17.30	Pembuatan poster hasil pelatihan di toko Gandung Surabaya	1 kali	Tim

3.3 Sasaran Pelaksanaan

Peserta pelatihan adalah pemilik toko dan karyawan dari masing-masing mitra yang berjumlah 4 orang. Adapun rincian dari peserta pelatihan akan dijelaskan pada tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.2 Peserta Pelatihan Desain Gambar Adobe Photoshop

Nama Toko	Pemilik	Karyawan
Sopongiro	1	0
Gandung	1	2

3.4 Lokasi dan Waktu Kegiatan

Program pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di Toserba Sopongiro dan Toserba Gandung Surabaya. Kegiatan dilaksanakan mulai tanggal 30 September – 4 November 2016. Pelatihan dilakukan selama lima kali pertemuan dengan waktu kurang lebih satu setengah jam setiap pertemuan.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

4.1 Kelayakan Perguruan Tinggi

Beberapa kegiatan Lembaga Pengabdian Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya selama tahun 2015 yang didanai DIKTI diuraikan dalam Tabel 1.

Tabel 4.1 Kegiatan Pengabdian Masyarakat Tahun 2015

No.	Nama Kegiatan	Ketua Tim
1.	IbM Budidaya Ikan di Buduran Jawa Timur	Helmy Widyantara
2.	IbM Bagi Lembaga PAUD	Tri Sagirani
3.	IbM Online Marketing untuk Kelompok Usaha Minuman Sehat Jawa Timur	Ristanti Akseptori
4.	IbM Pembuatan Sistem Administrasi Akademik untuk SDN Gunung Anyar	Sulistiwati
5.	IbM Sistem Informasi Perkembangan Autisme	Tan Amelia
6.	IbM untuk Kelompok Ternak di Jawa Timur	Harianto

4.2 Kualifikasi Tim Pelaksana

Berikut ini adalah status dan kualifikasi tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat.

Tabel 4.2 Kualifikasi Tim Pelaksana

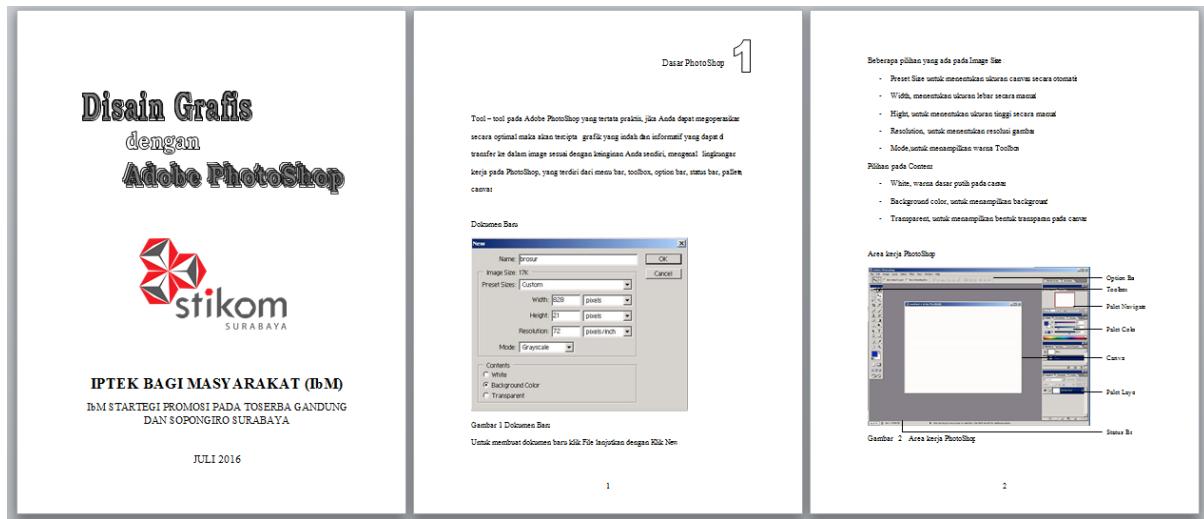
No.	Nama Pelaksana	Status	Kualifikasi
1.	Ayouvi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M.	Dosen Prodi S1 Sistem Informasi	Manajemen
2.	Valentinus Roby Hananto, S.Kom., M.Sc.	Dosen Prodi S1 Sistem Informasi	Sistem Informasi
3.	Norma Ningsih, S.ST., M.T.	Dosen Prodi S1 Sistem Informasi	Teknik Telekomunikasi

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Pembahasan

Hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di dua mitra yaitu Toserba Gandung dan Toserba Sopongiro Surabaya adalah pembuatan modul desain gambar Adobe Photoshop, yang sudah dilengkapi dengan tutorial per tahapan dengan terstruktur sehingga dapat dipahami dengan mudah oleh para pemilik bisnis toko retail maupun karyawannya. Berikut ini adalah contoh modul pelatihan Adobe Photoshop.



Gambar 5.1 Modul Adobe Photoshop

Disamping itu, kami juga telah mempersiapkan hasil gambar dari penggunaan Adobe Photoshop yang telah kami kerjakan sendiri sebagai contoh nyata, bahwa dengan mempelajari *tools* ini akan menambah ilmu, kreatifitas dan *skill* pemilik sekaligus karyawan toko dalam meningkatkan promosi penjualan toko mereka. Berikut ini adalah hasil gambar dengan menggunakan Adobe Photoshop untuk masing-masing toko.



Gambar 5.2 Contoh Poster Toserba Gandung Dengan Menggunakan Adobe Photoshop



Gambar 5.3 Contoh Poster Toserba Sopongiro Dengan Menggunakan Adobe Photoshop

Adapun kegiatan pelatihan membuat desain gambar dan tulisan menggunakan Adobe Photoshop di Toserba Gandung dan Sopongiro akan ditampilkan pada gambar dibawah ini :



Gambar 5.4 Dokumentasi Pelatihan Adobe Photoshop di Toserba Gandung Surabaya



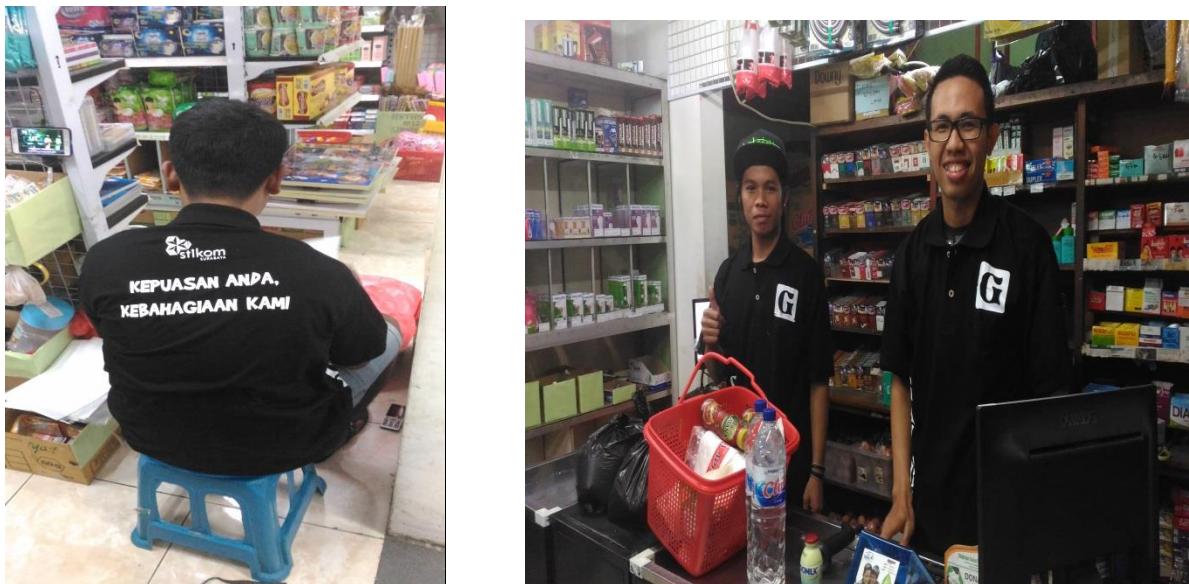
Gambar 5.5 Dokumentasi Pelatihan Adobe Photoshop di Toserba Sopongiro Surabaya



Gambar 5.6 Dokumentasi Hasil Desain Karyawan Toserba Gandung Surabaya



Gambar 5.7 Dokumentasi Hasil Desain Banner Toserba Sopongiro Surabaya



Gambar 5.8 Dokumentasi Media Promosi Toserba Gandung Surabaya





Gambar 5.9 Dokumentasi Media Promosi Toserba Sopongiro Surabaya

5.2. Faktor Pendukung

Faktor yang ikut mendukung terlaksananya pelatihan ini adalah adanya dukungan program dan dana dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang terwadahi dalam program Pengabdian pada Masyarakat. Faktor lain yang sangat penting adalah respon positif dari mitra Toserba Gandung dan Toserba Sopongiro Surabaya yang menyambut baik program ini. Demikian juga antusiasme karyawan dan pemilik dalam mengikuti pelatihan yang begitu tinggi. Dari sisi fasilitas, kesediaan pemilik toserba dalam menyediakan tempat di toko tersebut sangat membantu terlaksanannya pelatihan ini. Hal ini besar pengaruhnya bagi keberhasilan pelatihan. Dari sisi tim pelatih, ketersediaan tenaga ahli dari Jurusan Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis merupakan faktor yang sangat membantu suksesnya kegiatan ini.

5.3. Faktor Penghambat

Tidak ada hambatan besar yang mengganggu dalam pelaksanaan pelatihan ini. Hambatan yang ada antara lain tingkat kemampuan pemakaian laptop dari karyawan dan pemilik toko yang sangat bervariasi. Hal ini dikarenakan karyawan maupun pemilik toserba jarang menggunakan laptop sebagai alat dalam pembuatan desain gambar serta belum pernah mendapatkan pengetahuan tentang Adobe Photoshop. Disamping itu, faktor waktu dalam melakukan pelatihan yang sangat minim. Hal ini diakibatkan oleh keterbatasan tim pelatih dan mitra toko dalam mengatur jadwal pelatihan, dikarenakan kesibukan masing-masing orang. Oleh sebab itu ukuran keberhasilan dari pelatihan desain gambar dan tulisan menggunakan Adobe Photoshop ini hanya sampai pada tahap pengenalan dasar-dasar Adobe Photoshop dan pembuatan desain bagi mitra toko.

5.4. Evaluasi

Kemauan yang keras dari peserta pelatihan merupakan indikator awal keberhasilan pelatihan desain gambar dan tulisan menggunakan Adobe Photoshop. Indikator lain yang sangat menggembirakan adalah peserta yang belum pernah menggunakan laptop sebelumnya, setelah pelatihan menunjukkan kemampuan untuk mengoperasikan laptop dan bahkan mampu membuat desain gambar dan tulisan menggunakan Adobe Photoshop. Namun demikian dalam pelatihan ini belum semua peserta menguasai secara optimal, dikarenakan oleh faktor usia dan jarang berlatih menggunakan Adobe Photoshop. Oleh sebab itu para peserta menginginkan agar diadakan pelatihan-pelatihan lanjutan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Pada pelatihan ini telah dilakukan beberapa persiapan yaitu, modul pelatihan untuk peserta dan *trainer*. Pelatihan dilaksanakan pada bulan September sampai dengan November 2016, hal ini dikarenakan jadwal pelatihan menyesuaikan kondisi mitra. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan selama 5 kali pertemuan, mulai jam 18.00 sampai dengan jam 19.30 (1,5 jam). Setelah dilakukan pengamatan, indikator keberhasilan yang telah dicapai dalam pelatihan ini, adalah:

1. Peserta memahami materi yang diberikan.
2. Peserta mampu menyelesaikan latihan yang ada di dalam modul.
3. Peserta antusias meminta pelatihan lanjutan.

Berdasarkan tanggapan, respon, dan partisipasi dari peserta dapat diambil kesimpulan bahwa peserta merasa puas atas kegiatan yang diselenggarakan dan berharap akan adanya pelatihan lanjutan.

6.2. Saran

Berdasarkan respon positif peserta yang telah dikumpulkan oleh tim, peserta sangat berharap akan adanya pelatihan lanjutan untuk lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam membuat desain gambar dan tulisan sebagai media promosi dengan memakai bantuan Adobe Photoshop. Harapan yang lain adalah mempertahankan kerjasama yang telah dibina oleh tim pengabdian masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dengan kedua mitra yaitu Toserba Gandung dan Sopongiro Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al' Amin. (2004). Disain Grafis Dengan Adobe Photoshop. Jakarta: STMIK LAKSI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Paramita, G. (2012). Pengaruh Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Modern (Studi kasus Pada Carrefour di Depok).
<http://publication.gunadarma.ac.id/handle/123456789/2090>.
- Rayana, U. (2009, November Selasa). Prospek Ritel Modern Masih Menjanjikan. Diambil kembali dari Road To Success (Growth Innovation Leadership):
<http://udayrayana.blogspot.co.id/2009/11/prospek-ritel-modern-masih-menjanjikan.html>