

Promotional Brochure Making Training Using The Canva Application And Marketing Sales Of Rujak Guava Kristal Guavarian Condongcatur

Pelatihan Pembuatan Brosur Promosi Melalui Aplikasi Canva Dan Pemasaran Penjualan Rujak Jambu Kristal Guavarian Condongcatur

Titania Salsa Mayora

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

titianasalsamayora@gmail.com

**Corresponding Author*

ABSTRACT

With the increasing development of business in the current era, business competition is becoming increasingly fierce. The increasing number of business opportunities makes more competitors in one business being run, of course, with the increasing number of competitors, the income of each business is decreasing. Therefore, a change is needed that can help increase the attractiveness of the community to buy a product that is sold in an easy and cheap way and good marketing techniques are needed. This can be overcome by doing promotions in the form of brochures of products sold and of course marketing targets who have an interest in the products sold. Rujak Guava Kristal Guavarian is a business in the field of snacks where in a city you can find many similar products. However, with good promotion and marketing, this business can get an increase in the attraction of buyers to attract other consumers. This devotion is by making a brochure with a background in the Rujak Buah Kristal Guavarian Condongcatur business profile with ready-made brochure results and strategic marketing targets for the Rujak Buah Kristal Guavarian Condongcatur business

Keywords: *Promotional Brochure Making Training Using the Canva Application and Marketing Sales of Rujak Guava Kristal Guavarian.*

ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya bisnis di era sekarang membuat persaingan usaha menjadi semakin sengit. Semakin banyaknya peluang usaha yang ada membuat semakin banyak kompetitor disatu usaha yang dijalankan, tentunya dengan semakin banyaknya kompetitor membuat pendapatan setiap usaha semakin berkurang. Oleh karena itu, diperlukan suatu perubahan yang dapat membantu meningkatkan daya tarik masyarakat untuk membeli suatu produk yang dijual dengan cara yang mudah dan murah serta diperlukannya teknik pemasaran yang baik. Hal ini dapat diatasi dengan melakukan promosi berupa brosur-brosur produk yang dijual dan tentunya target pemasaran yang mempunyai minat terhadap produk yang dijual. Rujak Jambu Kristal Guavarian merupakan suatu usaha dibidang makanan ringan yang mana dalam suatu kota dapat banyak sekali ditemukan produk sejenis ini. Namun dengan promosi dan pemasaran yang baik, usaha ini bisa mendapatkan peningkatan daya tarik pembeli untuk menarik konsumen lainnya. Pengabdian ini dengan membuat brosur berlatarbelakang profil usaha Rujak Buah Kristal Guavarian Condongcatur dengan hasil brosur siap jadi serta sasaran pemasaran yang strategis untuk usaha Rujak Buah Kristal Guavarian Condongcatur.

Kata Kunci: *Pelatihan Pembuatan Brosur Promosi, Teknik Pemasaran, Rujak Jambu Kristal.*

1. Pendahuluan

Promosi adalah kegiatan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan mempengaruhi konsumen dalam pembelian (Arafah, 2022). Promosi dapat dilakukan baik secara offline maupun online dan menggunakan berbagai jenis media, termasuk media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media lain, yang semuanya mengutamakan pesan visual (Graciafernandy et al., 2024; Siregar et al., 2024). Penggunaan metode promosi yang efektif memiliki dampak yang besar terhadap keberhasilan penjualan (Clow & Baack, 2023; Kotler & Keller, 2024). Di era industri 6.0, yang lebih dikenal dengan sebutan *Smart*

Industry, banyak menggunakan teknologi mutakhir untuk menciptakan media promosi, seperti Kecerdasan Buatan, *Internet of Things*, *Augmented Reality*, *Virtual Reality*, dan lain-lain. Mengembangkan media promosi yang efektif dan sederhana adalah strategi yang cerdas untuk memaksimalkan keuntungan bisnis. Peningkatan penggunaan media sosial memaksa pelaku bisnis untuk memaksimalkan saluran komunikasi marketing produk secara digital (Rehman et al., 2022).

Di zaman sekarang, akses yang lebih mudah ke teknologi bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi, menjadikan kompetisi dalam sektor industri semakin intens, terutama bagi perusahaan yang memproduksi barang-barang *discretionary* atau barang konsumsi pilihan. Barang konsumsi pilihan adalah produk yang tidak sepenuhnya esensial untuk kebutuhan dasar, namun memiliki manfaat yang dapat meningkatkan kenyamanan pribadi bagi para pembelinya. Barang ini lebih dikenal sebagai barang tersier.

Contoh barang tersier mencakup makanan ringan, kendaraan pribadi, dan produk lainnya. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk dapat beradaptasi terhadap perubahan dan perkembangan, karena setiap korporasi berlomba-lomba berinovasi untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Dalam konteks strategi pesaing, sangat penting untuk memahami kemampuan pesaing sejenis dalam menjalankan inovasi bisnis. Misalnya, jika pesaing A menerapkan strategi diskon pada produk tertentu, hal tersebut menciptakan persepsi bahwa produk lainnya memiliki harga yang lebih terjangkau dibanding produk sejenis di perusahaan lain. Contoh sederhana ini diharapkan bisa menjadi pendorong bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas, kreativitas, dan inovasi pada produk yang mereka tawarkan kepada konsumen. Salah satu solusi untuk bersaing dengan bisnis lain adalah dengan memasarkan produk kepada calon pembeli. Mereka cenderung tidak akan membeli produk yang tidak memiliki identitas terkait produk yang dijual, kredibilitas, atau jaminan lainnya. Oleh karena itu, media promosi produk pun dirancang dalam bentuk brosur. Dalam konteks pemasaran, brosur dianggap sebagai salah satu alat untuk melakukan promosi kepada masyarakat secara luas. Konten brosur memberikan informasi tentang suatu produk kepada calon pelanggan yang membacanya. Brosur dirancang dalam format lembaran kertas yang memuat teks dan gambar yang merepresentasikan produk yang dijual. Brosur dibagikan secara gratis kepada khalayak umum, dengan harapan agar masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai produk yang terdapat di dalam brosur tersebut. Media promosi ini dapat mencakup berbagai informasi mengenai investasi, makanan, kampus, sekolah, usaha, dan lain sebagainya.

Menurut KBBI, brosur didefinisikan sebagai sebuah dokumen yang memberikan informasi tentang suatu hal, disusun dengan cara teratur, dan dicetak. Brosur biasanya terdiri dari beberapa lembar yang kemudian dilipat. Konten dari brosur umumnya berisi informasi yang ringkas. Secara umum, brosur berperan sebagai sarana yang informatif dan persuasif.

Selain brosur maka diperlukan pemasaran yang strategis. Pemasaran, menurut Tjiptono dan Diana (2020), adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa, dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan pelanggan. Pemasaran juga didefinisikan sebagai kegiatan manusia untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, seperti yang dikemukakan oleh Sunyoto (2019). Dengan pemasaran yang strategis maka suatu penjualan dapat memperluas informasi penjualan produk yang memberikan keuntungan bagi seorang pengusaha. Rujak Jambu Kristal Guavarian Condongcatur adalah salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah yang menawarkan produk berupa makanan ringan yang disajikan dalam bentuk sajian siap makan. Melalui promosi dengan brosur, para pengabdian berharap dapat memberikan kontribusi untuk membantu masyarakat. Oleh karena itu, pengabdian membuat laporan dengan judul "Pelatihan Pembuatan Brosur Promosi Melalui Aplikasi Canva dan Pemasaran Penjualan Rujak Jambu

Kristal Guavarian Condongcatur” sebagai bukti serta dokumentasi atas kontribusi yang telah dilakukan semaksimal mungkin

2. Metode Penelitian

Tempat dan waktu pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan mendatangi lokasi tempat pelaku milik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berlokasi di Jalan Ringin Raya, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang menjadi sasaran mitra. Pelaku menjalankan aktivitas penjualan di *standboot* mini di Jalan Condongcatur. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2025 di *standboot* mini Rujak Jambu Kristal Guavarian Condongcatur. Kegiatan ini akan berlangsung dalam 5 kali pertemuan yang akan dilaksanakan di *standboot* mini pelaku UMKM.

Khalayak sasaran

Sasaran dari kegiatan pengabdian yang dilakukan pengabdian adalah pelaku UMKM yang menjalankan kegiatannya di *standboot* Rujak Jambu Kristal Guavarian Condongcatur dengan jumlah 1 pelaku UMKM. Ibu Vina Astuti merupakan salah satu pelaku UMKM Rujak Jambu Kristal Guavarian yang memiliki jenis usaha makanan ringan yang akan menjadi sasaran pengabdian pengabdian.

Berikut adalah metode yang dilakukan pengabdian dalam menghadapi permasalahan oleh pelaku UMKM Rujak Jambu Kristal Guavarian:

1. Pada tanggal 25 Oktober 2024, kegiatan dilakukan dengan mewawancarai pelaku UMKM terkait masalah apa yang menjadi kendala dalam usaha tersebut.
2. Pada tanggal 26 - 28 Oktober 2024, kegiatan kedua dilakukan, yaitu memberikan pelatihan untuk pembuatan brosur dengan aplikasi Canva agar menjadi suatu media promosi yang dapat membuat daya tarik masyarakat.
3. Pada tanggal 29 Oktober 2024, kegiatan ketiga dilakukan, yaitu dilakukan teknik pemasaran dengan menggunakan bantuan media sosial berupa Instagram dan Tiktok.

Praktik akan dilaksanakan dengan membuat brosur yang melibatkan produk Rujak Jambu Kristal Guavarian dengan varian bumbu tertentu, contoh produk yang diambil berupa varian bumbu pedas manis asin, pedas asin, manis asin dan jambu kristal orginal serta menambahkan produk buah baru berupa nanas sebagai buah campuran untuk jambu kristal.

3. Hasil dan Pembahasan

Pendekatan dan wawancara terhadap kendala yang dihadapi UMKM

Pada kegiatan ini, pengabdian melakukan wawancara dengan bertanya hal apa yang menjadi kendala yang sedang dialami oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha jambu kristal. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa masalah yang dialami yaitu mengenai media promosi dan cara memasarkan produk agar dikenal masyarakat luas dan dapat diedarkan di seluruh Indonesia. Menyadari hal tersebut, pengabdian kemudian melakukan indentifikasi terkait kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan mulai membantu pelaku UMKM untuk membuat brosur menggunakan aplikasi Canva.



Gambar 1. Wawancara pelaku UMKM Rujak Jambu Kristal Guavarian Pelaksanaan kegiatan mengenai pembuatan brosur

Pada kegiatan ini penulis dan pelaku UMKM melakukan diskusi terkait cara mengatasi hambatan yang tengah dihadapi oleh bapak Rizal Wahyudi selaku pemilik usaha rujak jambu kristal. Dalam kesempatan ini, penulis melakukan pemberian materi mengenai tata cara pembuatan brosur di aplikasi Canva yang sebelumnya telah diunduh oleh pelaku UMKM. Kemudian, penulis memberikan arahan dengan mendaftarkan akun Canva terlebih dahulu dan mempraktikkan bagaimana aplikasi Canva dapat kita atur sesuai dengan kebutuhan promosi (Ramadhani & Airawaty, 2023).



Gambar 2. Brosur yang telah dibuat di aplikasi Canva

Brosur menunjukkan jenis-jenis bumbu produk Rujak Jambu Kristal Guavarian serta varian buah yang tersedia. Bagian atas menunjukkan nama usaha dan nama produk serta alamat toko, bagian paling kiri menunjukkan varian bumbu dan varian buah, bagian Tengah menunjukkan varian size dan harga jual produk.



Gambar 3. Brosur diupload di media sosial

4. Penutup

Kesimpulan

Melalui kegiatan ini, pemilik UMKM Rujak Jambu Kristal Guavarian Condongcatur sudah menyadari pentingnya brosur sebagai media pemasaran yang dapat dibuat dengan menggunakan aplikasi canva, serta diperlukan pemasaran penjualan yang dapat menggunakan media sosial untuk mengembangkan penjualan dari produk Rujak Jambu Kristal Guavarian Condongcatur.

Daftar Pustaka

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i8.373>
- Arifudin, D., Indriyani, R., Ihsan, I., & Astrida, D. N. (2023). Peningkatan brand awareness melalui kegiatan pelatihan visual branding sebagai implementasi P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) tema kewirausahaan. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 2049–2058. Retrieved from <https://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/5891>
- Baines, P., Fill, C., S, R., & K, A. (2020). *Marketing communications* (4th ed.). Oxford University Press.
- Fani Lanarus, D., & Pabulo, A. M. (2023). Optimalisasi digital marketing Facebook dan Instagram bagi pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Khasanah, R. N., & Airawaty, D. (2024). Sosialisasi dan pelatihan penyusunan pembukuan sederhana menggunakan aplikasi Bukuwarung pada UMKM menengah (Studi kasus pada pelaku UMKM Pasar Bringharjo). *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1), 110–118.
- Lussy, M., & Airawaty, D. (2024). Literasi edukasi aplikasi keuangan digital Bukuwarung pada UMKM Warmindo Fortuna dan Warmindo Wisesa. *Advances in Social Humanities Research, Volume 2*.
- Maulida, R. (2023). Kriteria UMKM & pajaknya yang perlu Anda ketahui! *Online Pajak*. Retrieved from <https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/kriteria-umkm-dan-pajaknya>
- Nugraeni, R. P., Wafa, Z., & Saputri, K. (2023). Persyaratan kredit mempengaruhi akses kredit formal UMKM.
- Susanto, T. T., Kusnadi, E., & Retno, L. (2018). Penggunaan spanduk dan brosur sebagai bahan penunjang media publikasi kegiatan.
- Utami, E. Y., & Nuvriasari, A. (2023). Development of online promotion to increase the marketing attractiveness of batik products.