

## Pemanfaatan Canva dan TikTok untuk Strategi Pemasaran Digital UMKM Undangan Exclusive

Happy Budyana Sari<sup>1</sup>, Bagus Kusuma Wijaya<sup>2</sup>, Gusti Ayu Shinta Dwi Astari<sup>3</sup>, Ni Putu Suci Meinarni<sup>4\*</sup>, Ayu Pande Diah Widhya Dewi<sup>5</sup>, Laila Nur Azizah<sup>6</sup>

<sup>123456</sup>Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

<sup>1</sup>[happy.budyana@instiki.ac.id](mailto:happy.budyana@instiki.ac.id), <sup>2</sup>[baguskus@instiki.ac.id](mailto:baguskus@instiki.ac.id), <sup>3</sup>[shinta.astari@instiki.ac.id](mailto:shinta.astari@instiki.ac.id), <sup>4</sup>[sucimeinarni@instiki.ac.id](mailto:sucimeinarni@instiki.ac.id) \*

### INFO ARTIKEL

*Article history:*  
Received Juni 2025  
Accepted Juli 2025  
Published Juli 2025

### ABSTRAK

UMKM Undangan Exclusive merupakan usaha penyedia jasa undangan digital berbasis di Denpasar yang menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran produknya. Pemasaran sebelumnya masih bersifat personal melalui jaringan pertemanan dan aplikasi pesan instan, sehingga belum menjangkau audiens yang lebih luas secara digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi mitra dalam membangun strategi promosi digital yang efektif melalui dua pendekatan utama, yaitu pemanfaatan aplikasi desain grafis Canva untuk pembuatan katalog produk dan konten visual, serta penggunaan media sosial TikTok untuk menyebarkan konten promosi secara luas dan menarik. Kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap, mulai dari observasi dan analisis kebutuhan mitra, pelatihan penggunaan Canva dan TikTok, pembuatan akun bisnis, penyusunan strategi konten, hingga evaluasi hasil tayangan media sosial. Konten promosi yang dirancang meliputi katalog digital, reels kreatif, video transisi desain undangan, serta interaksi melalui fitur TikTok seperti komentar dan kunjungan profil. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan visibilitas mitra di media sosial: jumlah kunjungan TikTok mencapai lebih dari 600 akun, video promosi ditonton ratusan kali, dan akun Instagram mitra mulai aktif dengan konten tematik. Selain itu, mitra juga menerima pesanan nyata melalui jalur digital. Kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendekatan teknologi sederhana namun terstruktur, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan eksistensinya di pasar digital.

Kata Kunci: Canva, TikTok, UMKM, undangan digital, pemasaran

### ABSTRACT

*Undangan Exclusive is a micro business based in Denpasar that specializes in digital invitation services. The business faced difficulties in expanding its market reach due to the limited use of personal networks and messaging apps for promotion. This community service program aimed to assist the business in developing a more effective digital marketing strategy by utilizing two main tools: Canva for designing product catalogs and promotional content, and TikTok for delivering visually engaging promotions to a wider audience. The activities included need assessment, training on Canva and TikTok usage, creation of business accounts, content planning, and performance evaluation. The*

---

*promotional materials produced ranged from digital catalogs, creative reels, and invitation design transitions, to audience interactions through comments and profile visits on TikTok. The program results showed a significant improvement in the business's digital visibility. TikTok profile visits reached over 600 accounts, promotional videos gained hundreds of views, and Instagram began to feature regular and thematic content. Furthermore, the business received its first customer through digital promotion. This program demonstrates that with structured yet simple digital tools, micro businesses can enhance their competitiveness and presence in the digital market.*

*Keywords: Canva, digital invitation, TikTok, micro business, marketing*

©2025 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

---

## 1. Pendahuluan

Transformasi digital telah menjadi keharusan bagi pelaku usaha, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam ekosistem digital yang terus berkembang, kemampuan untuk memanfaatkan platform daring dan teknologi visual menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, membangun branding, dan meningkatkan daya saing. Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan strategi pemasaran digital secara efektif, baik karena keterbatasan pengetahuan teknologi maupun akses terhadap alat bantu promosi yang sesuai.

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah Undangan Exclusive, sebuah usaha rintisan berbasis di Kota Denpasar, Bali. Usaha ini bergerak di bidang produksi undangan digital untuk berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, hingga kegiatan formal lainnya. Dengan tagline "Perfecting Moments", Undangan Exclusive menawarkan layanan kustomisasi undangan digital yang elegan, praktis, dan ramah lingkungan. Produk-produk yang dihasilkan tidak hanya menekankan sisi estetika, tetapi juga fleksibilitas distribusi karena dapat disebarluaskan melalui berbagai saluran digital seperti WhatsApp, email, atau media sosial.

Meskipun memiliki produk yang relevan dengan tren masyarakat digital saat ini, Undangan Exclusive masih menghadapi hambatan dalam aspek promosi. Selama ini, strategi pemasaran yang digunakan oleh mitra masih bersifat personal dan terbatas pada promosi dari mulut ke mulut atau penyebaran melalui pesan langsung di WhatsApp. Akibatnya, jangkauan audiens tidak berkembang secara signifikan dan tidak mencerminkan potensi pasar yang sebenarnya. Dalam era di mana algoritma media sosial dapat meningkatkan visibilitas usaha secara eksponensial, ketidakhadiran Undangan Exclusive di platform-platform seperti Instagram dan TikTok menjadi kerugian kompetitif (Permana, I Putu Hendika; Meinarni, Ni Putu Suci; Desnanjaya, I Gusti Made Ngurah; Radhitya, Made Leo; Winatha, 2021).

Hasil observasi awal dan wawancara dengan mitra menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi bukan hanya terbatas pada ketidaktahuan cara menggunakan media sosial secara profesional, tetapi juga pada kurangnya konten visual yang siap digunakan untuk promosi. Mitra belum memiliki katalog produk yang menarik secara visual, tidak ada

perencanaan konten berkala, dan tidak memahami strategi algoritmik untuk meningkatkan jangkauan di media sosial. Padahal, karakteristik produk yang berbasis desain sangat cocok dipromosikan melalui platform visual seperti TikTok dan Instagram, yang keduanya memiliki basis pengguna aktif besar dari kalangan muda dan calon pasangan yang akan menikah, segmen pasar utama dari Undangan Exclusive.

Permasalahan tersebut menjadi dasar disusunnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Program dirancang untuk mendampingi mitra dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran melalui dua pendekatan utama: pertama, pembuatan katalog produk digital menggunakan aplikasi desain berbasis web Canva, dan kedua, optimalisasi media sosial TikTok sebagai sarana penyebaran konten promosi visual. Canva dipilih karena kemudahan penggunaannya, fleksibilitas desain, dan ketersediaan template yang dapat disesuaikan tanpa memerlukan keahlian desain grafis tingkat lanjut. Sementara itu, TikTok dipilih karena kemampuannya dalam menjangkau audiens luas dengan biaya promosi yang sangat rendah atau bahkan tanpa biaya melalui jangkauan organik (Permana & Meinarni, 2021).

Program ini dilaksanakan melalui tahapan yang sistematis, dimulai dari analisis kebutuhan mitra, pelatihan teknis pembuatan konten visual, pendampingan pembuatan akun media sosial bisnis, perancangan dan unggahan konten awal, hingga evaluasi efektivitas tayangan konten dan umpan balik pelanggan. Pembuatan katalog dilakukan untuk memberi mitra materi visual yang dapat digunakan baik secara digital maupun cetak, dengan desain yang menampilkan ragam undangan berdasarkan tema, harga, dan gaya desain (modern, adat, minimalis, dll). Di sisi lain, konten TikTok difokuskan pada video singkat yang menampilkan transisi desain undangan, tutorial pemesanan, hingga testimoni pelanggan, dikemas dengan musik dan efek visual yang sesuai dengan algoritma TikTok.

Melalui pendekatan ini, mitra diharapkan tidak hanya memperoleh materi promosi, tetapi juga pemahaman dan keterampilan dalam mengelola strategi pemasaran digital secara mandiri. Salah satu tujuan utama program ini adalah membangun kemandirian UMKM dalam menciptakan konten promosi yang efektif, terstruktur, dan selaras dengan tren digital. Dengan hadirnya katalog yang menarik dan akun media sosial yang aktif, Undangan Exclusive dapat memperluas pasarnya, meningkatkan citra profesionalnya, dan secara bertahap meningkatkan volume penjualan.

Urgensi dari kegiatan ini juga didukung oleh berbagai studi yang menunjukkan efektivitas media sosial dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Penelitian oleh (Murwani, Rasmila, & Paulina, n.d.) mengungkap bahwa penggunaan video pendek di platform seperti TikTok dapat meningkatkan keterlibatan audiens hingga 40%. Sementara itu, laporan oleh (Setiani, Syafitri, Amalia, & Meylinda, 2023) menunjukkan bahwa UMKM yang secara aktif menggunakan identitas merek visual yang konsisten di media sosial mengalami peningkatan interaksi pelanggan hingga 65% (Augustinah, Herawati, Oktaviana, Listyawati, & Sri Lestari, 2024). Dalam konteks ini, kombinasi Canva dan TikTok menjadi pilihan tepat karena keduanya memiliki potensi integrasi yang kuat untuk kampanye visual dan penyampaian pesan yang cepat dan menarik (Alamsyah, 2024; Hernando, Hastuti, & Sukmawati, 2022).

Kegiatan ini juga memberikan kontribusi akademik dan sosial. Secara akademik, program ini menjadi model pengembangan keterampilan mahasiswa dalam mendampingi UMKM berbasis teknologi aplikatif, sekaligus sebagai wujud implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Secara sosial, program ini mendukung penguatan ekonomi lokal dengan meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara lebih

luas dan efisien. Pendekatan ini juga selaras dengan inisiatif pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari percepatan transformasi ekonomi digital di Indonesia. Dengan latar belakang dan urgensi tersebut, program pengabdian ini diharapkan dapat menjadi contoh bagaimana pendampingan berbasis teknologi sederhana namun tepat sasaran dapat memberikan dampak nyata terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mikro. Undangan Exclusive, sebagai mitra program, diharapkan tidak hanya berkembang secara bisnis, tetapi juga mampu menjadi inspirasi bagi UMKM lain di Bali dan daerah sekitarnya dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi visual sebagai sarana utama promosi di era digital.

## 2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif yang terdiri dari tiga tahap utama (Watson, 2020). Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara dan observasi langsung untuk memahami permasalahan pemasaran dan kurangnya konten visual yang dimiliki oleh UMKM Undangan Exclusive. Tahap kedua adalah pelatihan teknis dan pendampingan penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan katalog produk serta pelatihan penggunaan TikTok sebagai media promosi visual. Tim pengabdian bersama mitra membuat akun media sosial bisnis, menyusun kalender konten, dan memproduksi materi promosi berupa video pendek dan poster digital. Tahap ketiga adalah implementasi dan evaluasi, yang dilakukan melalui pengunggahan konten secara berkala di media sosial, pemantauan interaksi audiens (views, likes, komentar), serta diskusi reflektif bersama mitra untuk mengukur efektivitas strategi yang telah diterapkan. Metode ini dirancang agar mitra tidak hanya mendapatkan hasil berupa konten promosi, tetapi juga keterampilan praktis untuk melanjutkan pengelolaan pemasaran digital secara mandiri setelah program selesai.

## 3. Hasil dan Pembahasan

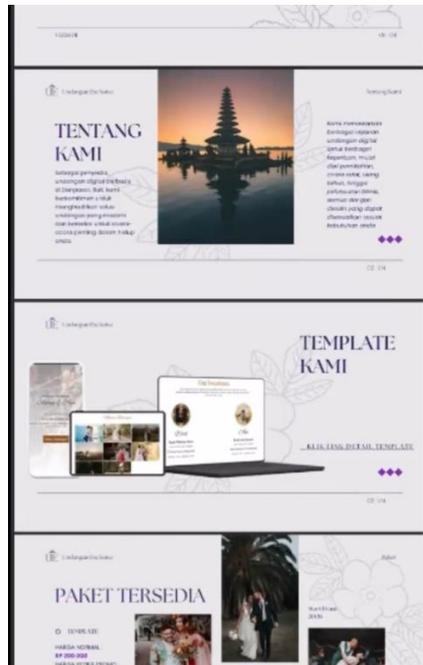
### Pemanfaatan Canva untuk Pembuatan Katalog dan Konten Promosi

Dalam upaya membangun strategi pemasaran digital yang efektif, salah satu fokus utama kegiatan pengabdian ini adalah pemanfaatan aplikasi Canva oleh mitra untuk membuat katalog produk dan konten visual promosi. Canva dipilih karena merupakan platform desain grafis berbasis web yang mudah digunakan, bahkan oleh pengguna tanpa latar belakang desain. Aplikasi ini menyediakan berbagai template, elemen desain, dan fitur drag-and-drop yang sangat cocok untuk kebutuhan UMKM, terutama dalam menciptakan identitas visual merek secara cepat dan konsisten.

Mitra, dalam hal ini Undangan Exclusive, sebelumnya belum memiliki katalog produk formal maupun konten visual yang terstruktur. Informasi mengenai layanan dan desain undangan hanya disampaikan melalui komunikasi personal seperti WhatsApp, tanpa media visual yang mendukung. Hal ini menjadi hambatan dalam memberikan kesan profesional kepada calon pelanggan, serta menyulitkan penyebaran informasi produk secara lebih luas. Oleh karena itu, tahap awal intervensi dilakukan dengan mengenalkan fitur-fitur utama Canva kepada mitra, termasuk pemilihan template, pengaturan warna sesuai brand, tipografi, dan cara menambahkan gambar atau ilustrasi undangan digital.

Tim pengabdian mendampingi mitra untuk menyusun katalog digital yang berisi informasi jenis undangan, tema desain, fitur personalisasi, dan rentang harga. Desain katalog disesuaikan dengan karakter visual Undangan Exclusive, mengusung palet warna krem dan emas untuk menonjolkan kesan elegan dan eksklusif. Tiap halaman katalog

menampilkan satu produk unggulan, lengkap dengan judul, deskripsi singkat, dan ilustrasi atau mockup digital dari undangan tersebut. Selain katalog, mitra juga dibimbing untuk membuat konten unggahan Instagram berupa poster promosi, testimoni pelanggan, serta pengumuman promo musiman. Semua konten dirancang dalam ukuran 1080 x 1080 piksel untuk optimalisasi feed Instagram, dan menggunakan template yang dapat disunting ulang untuk unggahan berikutnya.



Gambar 1. Hasil Desain Menggunakan Canva  
Sumber: Penulis, 2025

Dari segi hasil, mitra berhasil membuat satu katalog produk digital berdurasi 6 halaman serta lima desain unggahan konten awal untuk Instagram, termasuk testimoni pelanggan, pilihan paket undangan, dan contoh desain undangan yang telah disesuaikan. Mitra juga dilatih untuk menyimpan hasil desain dalam format PNG dan PDF untuk keperluan cetak dan distribusi digital. Selain menghasilkan produk visual yang siap digunakan, mitra menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mandiri menggunakan Canva. Hal ini terlihat dari inisiatif mitra untuk membuat desain tambahan tanpa pendampingan, serta penyesuaian warna dan font secara kreatif agar tetap sejalan dengan karakter brand usaha.

Pemanfaatan Canva dalam program ini tidak hanya menghasilkan katalog dan konten promosi visual, tetapi juga membuka wawasan mitra mengenai pentingnya konsistensi identitas visual dalam membangun kepercayaan pelanggan. Canva menjadi alat strategis untuk menjembatani keterbatasan kemampuan desain dengan kebutuhan visualisasi produk di era digital. Ke depan, katalog dan konten ini akan terus diperbarui oleh mitra secara mandiri, sehingga kebermanfaatan program ini dapat berlanjut secara berkelanjutan.

### Pemanfaatan TikTok untuk Promosi Video Pendek

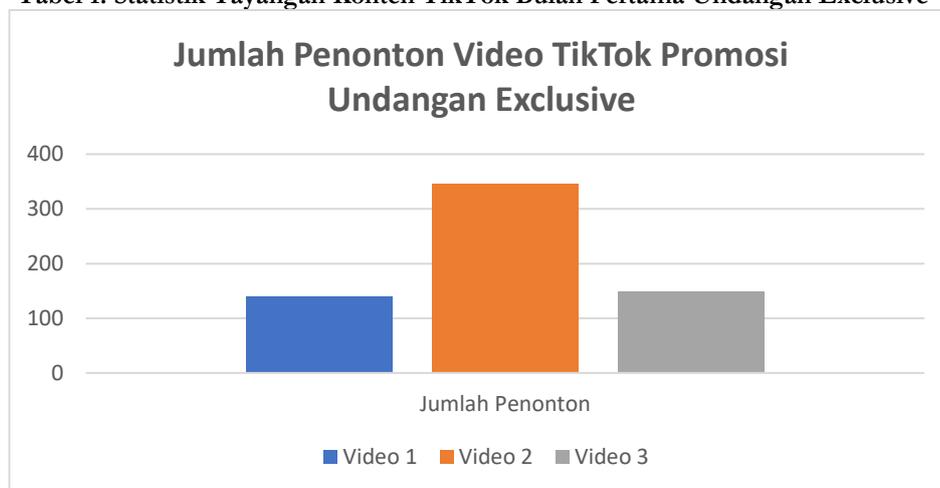
Sebagai platform media sosial berbasis video pendek, TikTok memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens luas secara organik. Platform ini sangat efektif digunakan oleh UMKM, khususnya yang menawarkan produk visual seperti undangan digital. Dalam

kegiatan pengabdian ini, tim mendorong mitra untuk memanfaatkan TikTok sebagai sarana promosi dengan pendekatan yang kreatif, informatif, dan konsisten. Langkah awal dilakukan dengan membantu mitra membuat akun TikTok profesional dengan nama pengguna @undanganexclusive.official, melengkapi profil dengan logo, deskripsi usaha, serta tautan ke akun Instagram. Konten yang diproduksi difokuskan pada video pendek berdurasi 15–30 detik, menampilkan transisi desain undangan dari konsep awal hingga versi akhir.

Konten lainnya mencakup tutorial pemesanan, pemilihan tema undangan, serta testimoni pelanggan yang dikemas dalam bentuk storytelling singkat. Untuk menarik perhatian audiens, digunakan efek visual bawaan TikTok dan musik latar yang sedang tren. Proses produksi konten dilakukan secara kolaboratif, di mana tim pengabdian membantu proses editing awal, sementara mitra belajar mengelola unggahan dan menjadwalkan konten secara mandiri.

Hasil yang diperoleh menunjukkan peningkatan interaksi digital yang cukup signifikan. Dalam satu bulan pertama, akun TikTok Undangan Exclusive mencatatkan total kunjungan profil sebanyak 613 kali. Tiga video awal yang diunggah masing-masing ditonton sebanyak 139, 345, dan 148 kali. Meskipun angka tersebut belum tergolong viral, namun cukup menjanjikan untuk UMKM yang baru memulai kehadiran digitalnya. Salah satu konten bahkan menghasilkan pertanyaan langsung dari calon pelanggan melalui kolom komentar, yang menunjukkan bahwa TikTok mampu menciptakan ruang komunikasi antara mitra dan audiens secara real time.

Tabel 1. Statistik Tayangan Konten TikTok Bulan Pertama Undangan Exclusive



Strategi distribusi konten yang digunakan mencakup pengunggahan 1–2 video per minggu, pemanfaatan hashtag populer seperti #UndanganDigital dan #WeddingIdeas, serta eksperimen dengan waktu unggah di jam-jam prime time (pukul 18.00–21.00). Tim juga memperkenalkan fitur analitik TikTok kepada mitra untuk memantau performa konten, termasuk data impresi, durasi tonton, dan interaksi pengguna. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk melihat tren konten mana yang paling disukai dan berpotensi dikembangkan lebih lanjut.

Penerapan TikTok dalam strategi pemasaran Undangan Exclusive membuktikan bahwa promosi video pendek dapat meningkatkan eksposur merek secara signifikan dalam waktu singkat. Dibandingkan pendekatan pemasaran konvensional yang bergantung pada relasi pribadi, TikTok memungkinkan penyebaran informasi yang lebih masif dan responsif. Ke

depan, mitra direncanakan akan terus mengembangkan gaya konten yang khas dan meningkatkan kualitas produksi secara bertahap. Dengan strategi yang konsisten, TikTok diyakini dapat menjadi kanal utama promosi digital bagi UMKM berbasis produk visual seperti Undangan Exclusive.

#### 4. Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM Undangan Exclusive berhasil memberikan dampak positif dalam penguatan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan aplikasi Canva dan platform TikTok. Kegiatan ini menjawab tantangan utama yang dihadapi mitra, yaitu terbatasnya jangkauan promosi dan tidak tersedianya media visual yang profesional untuk memperkenalkan produk. Melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan Canva, mitra berhasil menghasilkan katalog produk digital dan konten promosi yang mencerminkan identitas merek secara konsisten dan menarik. Sementara itu, pemanfaatan TikTok sebagai media penyebaran konten visual terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha secara signifikan. Data tayangan video dan interaksi akun menunjukkan bahwa strategi konten berbasis video pendek mampu menjangkau audiens baru dan membuka peluang komunikasi langsung dengan calon pelanggan. Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya terlihat dari luaran fisik berupa katalog dan konten, tetapi juga dari peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola media sosial secara mandiri. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sederhana namun strategis dapat menjadi solusi efektif dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital. Pendekatan ini dapat direplikasi oleh UMKM lain yang memiliki keterbatasan sumber daya namun ingin mengembangkan promosi visual yang menjangkau pasar lebih luas.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI) atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada mitra UMKM Undangan Exclusive atas partisipasi aktif, keterbukaan, dan semangat kolaboratif selama seluruh proses pendampingan berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh tim pelaksana mahasiswa yang telah berkontribusi secara maksimal dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi kegiatan ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam penguatan pemasaran digital mitra dan menjadi inspirasi bagi UMKM lain untuk berkembang di era transformasi digital.

#### Daftar Pustaka

- Alamsyah, A. I. S. (2024). PERAN APLIKASI CANVA DALAM MENDUKUNG UMKM BERSAING DI ERA DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343.
- Augustinah, F., Herawati, A., Oktaviana, S., Listyawati, L., & Sri Lestari, D. (2024). The Use of Video Content on the Tiktok Platform as a Digital Promotion Medium to Increase Sales Volume for Msmes in Surabaya City. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 08(11), 248–268.

- Hernando, R., Hastuti, D., & Sukmawati, N. (2022). Home industry development through digital marketing with canva application optimization. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3).
- Murwani, I. A., Rasmila, A., & Paulina, J. K. (n.d.). How SMES Brand Engagement on Tiktok: A Systematic Literature Review. Retrieved from [www.theijes.com](http://www.theijes.com)
- Permana, I. P. H., & Meinarni, N. P. Suci. (2021). Ratio Analysis on Tiktok (Social Media) for Qualitative Research Using Explorative Methods. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 8(1), 30–38. Retrieved from <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jagaditha/article/view/2944>
- Permana, I Putu Hendika; Meinarni, Ni Putu Suci; Desnanjaya, I Gusti Made Ngurah; Radhitya, Made Leo; Winatha, K. Redy. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Bisnis UMKM*. (I. K. Setiawan, Ed.). Denpasar: STMIK STIKOM Indonesia.
- Setiani, I., Syafitri, D., Amalia, S. H., & Meylinda, M. (2023). Tiktok Social Media-Based Marketing Strategy to Increase MSMEs Product Sales Among Students in the Industrial Revolution Era 4.0. *FINGER: Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 2(1).
- Watson, A. (2020). Methods Braiding: A Technique for Arts-Based and Mixed-Methods Research. *Sociological Research Online*, 25(1).