

Peran Canva dalam Pengembangan Keterampilan Digital Marketing Wirausaha

**Nafila Mubarakah¹, Ferida Rahmawati², Etika Yuliana³,
Heida Rahma Eksanti⁴, Ilham Bintang⁵**

^{1 s.d 5}UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia

Email: nafila.mubarakah24117@mhs.uingusdur.ac.id¹,
ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id², etika.yuliana24106@mhs.uingusdur.ac.id³,
heida.rahma.eksanti24084@mhs.uingusdur.ac.id⁴,
ilham.bintang24096@mhs.uingusdur.ac.id⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah strategi pemasaran dari metode konvensional menjadi pemasaran berbasis digital. Kondisi tersebut menuntut wirausaha untuk memiliki keterampilan digital marketing yang memadai agar mampu bersaing di tengah perkembangan bisnis yang semakin kompetitif. Salah satu aplikasi yang banyak dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran digital adalah Canva. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Canva dalam pengembangan keterampilan digital marketing wirausaha. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah yang berkaitan dengan pemanfaatan Canva dalam pemasaran digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa Canva berfungsi sebagai media digital marketing yang memudahkan pelaku usaha dalam membuat konten promosi yang menarik, profesional, dan informatif. Selain itu, Canva berkontribusi dalam meningkatkan kreativitas, keterampilan komunikasi visual, kemampuan branding, pemanfaatan media sosial, serta literasi digital wirausaha. Penggunaan Canva juga memberikan efisiensi waktu dan biaya dalam proses pembuatan konten pemasaran. Meskipun terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan kemampuan desain pengguna dan tingginya persaingan konten digital, Canva tetap menawarkan peluang yang besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Dengan demikian, Canva dapat menjadi salah satu sarana yang efektif dalam mendukung pengembangan keterampilan digital marketing bagi wirausaha di era digital.

Kata kunci : Canva, Digital Marketing, Wirausaha, Branding, Media Sosial.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mengakibatkan perubahan besar dalam banyak aspek kehidupan, termasuk dalam ranah bisnis dan pemasaran. Revolusi digital mendorong para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan mengalihkan strategi pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara tradisional ke bentuk digital (Soraya et al., 2025). Hadirnya internet dan media sosial memberikan kesempatan bagi para pelaku bisnis untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih



luas, cepat, dan efisien. Oleh karena itu, pemahaman terhadap keterampilan pemasaran digital menjadi hal yang sangat penting bagi para wirausaha supaya mampu bersaing dan menjaga kelangsungan usaha mereka di dunia digital (Sekarningtyas & Firdaus, 2025).

Pemasaran digital adalah kegiatan promosi yang menggunakan teknologi digital untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada konsumen (Hasvia et al., 2023). Dalam implementasinya, suksesnya pemasaran digital dipengaruhi oleh kualitas konten yang diteruskan kepada audiens. Konten visual yang menarik terbukti lebih efektif dalam menarik minat konsumen dibandingkan hanya konten berbasis teks. Maka dari itu, keterampilan dalam menciptakan konten visual menjadi salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh para pelaku bisnis (Utami & Sumbar, 2025).

Salah satu aplikasi yang banyak dipakai untuk mendukung kreasi konten digital adalah Canva. Canva adalah platform desain grafis online yang menyediakan berbagai template, ilustrasi, ikon, foto, serta elemen desain lainnya yang dapat dimanfaatkan dengan mudah oleh berbagai kalangan. Canva memudahkan pengguna untuk menghasilkan desain yang menarik tanpa harus memiliki keterampilan desain grafis yang tingkat lanjut (Sirajuddin & Wahditiya, 2024). Beragam materi promosi seperti poster, brosur, katalog digital, infografis, dan konten media sosial dapat dengan mudah dibuat melalui platform ini.

Selain berfungsi sebagai platform desain, Canva memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pemasaran di dunia digital. Penggunaan Canva memberikan kesempatan bagi pelaku bisnis untuk menciptakan konten promosi yang lebih inovatif, profesional, dan sesuai dengan ciri khas media digital. Selain itu, Canva juga memfasilitasi pelaku bisnis dalam membangun citra merek, meningkatkan mutu komunikasi visual, serta memaksimalkan penggunaan sosial media sebagai alat pemasaran (Alia et al., 2024). Dengan demikian, Canva bukan sekadar alat desain, melainkan juga menjadi media yang membantu dalam pengembangan keahlian dalam digital marketing.

Beberapa studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa pemakaian Canva dapat meningkatkan tingkat kreativitas, efektivitas dalam promosi, dan mutu konten pemasaran digital yang dihasilkan oleh pelaku bisnis (Dewi dkk., 2023; Larasati & Roidah, 2023). Meski demikian, penggunaannya juga dihadapkan pada beragam tantangan, termasuk keterbatasan kemampuan desain dari pengguna dan tingkat persaingan yang tinggi dalam konten digital. Untuk itu, diperlukan penelitian yang membahas peran Canva dalam meningkatkan keterampilan digital marketing bagi para wirausaha serta peluang dan tantangan yang ada bersamanya.

Menyusul penjelasan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Canva sebagai sarana pemasaran digital, menelaah kontribusinya dalam pengembangan keterampilan digital marketing bagi wirausaha, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang pemanfaatan Canva untuk wirausaha di era digital.

1. Canva sebagai Platform Desain Digital

Canva merupakan aplikasi desain grafis berbasis web yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam membuat berbagai jenis konten visual tanpa harus memiliki kemampuan desain profesional (Rozali et al., 2025). Platform ini menyediakan beragam fitur seperti template siap pakai, elemen grafis, ilustrasi, ikon, serta alat penyuntingan yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan desain yang menarik dan komunikatif. Canva menjadi salah satu aplikasi desain yang banyak digunakan karena menawarkan kemudahan operasional serta mampu menghasilkan desain berkualitas dalam waktu yang relatif efisien.

Kemajuan teknologi digital turut memperluas fungsi Canva yang tidak hanya digunakan sebagai alat desain, tetapi juga sebagai media komunikasi visual dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran. Ketersediaan berbagai format desain yang telah disesuaikan dengan kebutuhan platform digital dan media sosial menjadikan Canva sebagai sarana yang efektif bagi pelaku usaha dalam mendukung aktivitas promosi dan pemasaran produk secara digital.

2. Digital Marketing bagi Wirausaha

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efektif (Saputra et al., 2023). Aktivitas digital marketing meliputi berbagai bentuk pemasaran seperti pemasaran melalui media sosial, website, email marketing, content marketing, serta platform digital lainnya. Kotler et al. (2021) menjelaskan bahwa digital marketing memungkinkan perusahaan membangun interaksi yang lebih dekat dengan konsumen melalui komunikasi yang bersifat interaktif dan berkelanjutan.

Bagi para wirausaha, penguasaan keterampilan digital marketing menjadi kebutuhan yang sangat penting dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Pemanfaatan media digital dapat membantu pelaku usaha memperluas pasar dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional. Keberhasilan strategi pemasaran digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam menyajikan konten yang menarik dan relevan bagi audiens. Oleh karena itu, keterampilan dalam menciptakan konten visual yang berkualitas menjadi salah satu kompetensi yang perlu dimiliki oleh setiap pelaku usaha di era digital.

3. Peran Canva dalam Pengembangan Keterampilan Digital Marketing

Canva memiliki kontribusi yang signifikan dalam membantu pengembangan berbagai keterampilan digital marketing yang diperlukan oleh wirausaha. Salah satu manfaat utama Canva adalah kemampuannya dalam mendukung pembuatan konten visual yang menarik, kreatif, dan profesional. Penggunaan Canva dapat membantu pelaku usaha menghasilkan materi promosi yang lebih inovatif sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Larasati & Roidah, 2023).

Selain mendukung pembuatan konten promosi, Canva juga berperan dalam memperkuat kemampuan branding. Melalui penggunaan desain yang konsisten pada berbagai media pemasaran, pelaku usaha dapat membangun identitas merek yang lebih kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Canva membantu pelaku usaha menciptakan citra merek

yang lebih profesional sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Tidak hanya itu, Canva juga berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan komunikasi visual, kreativitas, dan pengelolaan media sosial. Berbagai fitur yang tersedia memungkinkan pengguna menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Dengan demikian, Canva tidak hanya berfungsi sebagai alat desain, tetapi juga sebagai media yang mendukung peningkatan kompetensi digital marketing secara menyeluruh.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan Canva memberikan dampak positif terhadap efektivitas pemasaran digital. Pemanfaatan Canva mampu meningkatkan kualitas konten promosi yang dibuat oleh pelaku usaha, sehingga pesan pemasaran dapat disampaikan dengan lebih menarik dan profesional (Ratih et al., n.d.).

Hasil penelitian (Larasati & Roidah, 2023), juga menunjukkan bahwa Canva berkontribusi dalam meningkatkan kreativitas pengguna serta efektivitas kegiatan promosi digital. Selain itu, canva membantu pelaku UMKM dalam membangun identitas merek dan meningkatkan daya saing usaha melalui penyajian konten visual yang lebih berkualitas.

Berdasarkan berbagai temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Canva memiliki peranan yang penting dalam mendukung pengembangan keterampilan digital marketing, terutama dalam aspek kreativitas, komunikasi visual, branding, serta efektivitas promosi digital bagi para wirausaha.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode studi literatur dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian, analisis, dan sintesis berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pemanfaatan Canva dalam pengembangan keterampilan digital marketing bagi wirausaha. Studi literatur merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, menelaah, mengevaluasi, dan menginterpretasikan

berbagai sumber ilmiah yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai suatu topik penelitian (Wijaya et al., 2025).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah, seperti artikel jurnal nasional dan internasional, prosiding seminar, buku, laporan penelitian, serta publikasi akademik lainnya yang berkaitan dengan Canva, digital marketing, dan kewirausahaan. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu relevansi dengan topik penelitian, kredibilitas sumber, serta tahun publikasi yang relatif mutakhir sehingga dapat menggambarkan perkembangan penelitian terkini.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai basis data akademik, seperti Google Scholar, Garuda, dan portal jurnal ilmiah lainnya dengan menggunakan kata kunci "Canva", "digital marketing", "digital marketing skills", "entrepreneurship", dan "social media marketing". Setelah proses pencarian dilakukan, peneliti melakukan seleksi terhadap literatur yang sesuai dengan tujuan penelitian. Literatur yang terpilih kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi konsep, temuan, serta kecenderungan hasil penelitian yang berkaitan dengan peran Canva dalam mendukung aktivitas pemasaran digital.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengelompokkan, membandingkan, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Teknik ini bertujuan untuk menemukan pola, hubungan, dan kesimpulan yang dapat menjelaskan kontribusi Canva terhadap pengembangan keterampilan digital marketing wirausaha. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif guna memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai manfaat, peluang, dan tantangan penggunaan Canva dalam kegiatan pemasaran digital.

Tahapan penelitian meliputi: (1) identifikasi masalah penelitian, (2) penelusuran dan pengumpulan literatur, (3) seleksi literatur berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, (4) analisis dan sintesis data, serta (5) penarikan kesimpulan. Melalui tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan kajian yang komprehensif mengenai peran Canva

sebagai media yang mendukung pengembangan keterampilan digital marketing bagi wirausaha di era transformasi digital.

Pembahasan/hasil

A. Canva sebagai Media Digital Marketing

Canva hadir sebagai solusi inovatif dalam dunia desain grafis, di mana platform ini menyediakan ekosistem penyuntingan online yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan konten visual tanpa harus memulai dari nol (*from scratch*). Keunggulan utama Canva terletak pada aksesibilitasnya yang tinggi, karena menyediakan beragam tools penyuntingan, filter, hingga elemen dekoratif seperti stiker yang intuitif (Supradaka, 2022). Dengan pendekatan yang ramah pengguna, Canva mendemokratisasi kemampuan desain grafis yang sebelumnya hanya bisa dilakukan oleh profesional.

Kemudahan penggunaan Canva menunjukkan bahwa perkembangan teknologi desain grafis semakin memberikan akses yang luas kepada masyarakat. Jika sebelumnya pembuatan desain memerlukan keterampilan khusus dan perangkat lunak yang relatif kompleks, kini pengguna dapat menghasilkan desain yang menarik hanya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia pada Canva. Menurut (Alamsyah, 2024), kemudahan tersebut membantu pelaku UMKM menghasilkan konten visual yang lebih profesional sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha di era digital. Oleh karena itu, Canva tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi desain, tetapi juga sebagai sarana yang mendukung penyampaian informasi dan promosi secara efektif.

Dalam ekosistem digital marketing, konten visual bukan sekadar pelengkap, melainkan instrumen utama dalam komunikasi merek. Pergeseran pola perilaku konsumen dari konvensional ke digital menuntut pelaku usaha untuk terus beradaptasi dengan tren teknologi. Pemanfaatan Canva dipandang sebagai langkah strategis bagi pelaku bisnis untuk menciptakan promosi yang kreatif dan inovatif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Dewi et al., 2023a). Kebutuhan akan kecepatan dalam

memproduksi konten membuat platform berbasis cloud ini menjadi pilihan utama dalam mendukung operasional pemasaran.

Pentingnya Canva dalam pemasaran digital tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan akan konten yang dipublikasikan secara konsisten pada berbagai platform media sosial. Konten visual yang menarik memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh perhatian audiens dibandingkan konten yang hanya berisi teks. Sejalan dengan hal tersebut, (Abdul Karim & Asrani, 2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan Canva dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kualitas promosi digital sehingga mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan demikian, Canva menjadi salah satu media yang relevan untuk mendukung aktivitas pemasaran digital pada berbagai skala usaha.

Canva menawarkan berbagai fitur komprehensif, mulai dari template media sosial hingga materi promosi cetak. Kompleksitas alat desain yang disederhanakan memungkinkan pengguna untuk melakukan penyuntingan dengan cepat tanpa kehilangan sisi artistik. Hal ini memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk lebih kreatif serta menghasilkan karya desain yang unik dan beragam tanpa memerlukan keterampilan teknis yang rumit (Supradaka, 2022). Kemudahan ini menjadi faktor pendukung bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas visual merek mereka secara mandiri.

Fitur-fitur yang tersedia dalam Canva juga mendukung pembentukan identitas visual yang konsisten. Penggunaan warna, tipografi, logo, dan elemen visual lainnya secara seragam dapat memperkuat citra merek di mata konsumen. Selain itu, desain yang menarik berpotensi meningkatkan engagement karena mampu menarik perhatian audiens ketika mengakses media sosial. Abdul Karim & Asrani (2024) menyatakan bahwa Canva membantu pelaku usaha menghasilkan media promosi yang lebih menarik dan efektif sehingga dapat mendukung kegiatan pemasaran secara optimal.

Bagi pelaku digital marketing, efisiensi waktu dan biaya adalah parameter keberhasilan operasional. Canva terbukti efektif dalam memangkas alur kerja produksi konten desain. Dengan fitur template yang tersedia, pengguna tidak perlu menginvestasikan waktu yang lama untuk

menyusun layout, sehingga mereka dapat lebih fokus pada strategi pesan pemasaran (Fahminnansih et al., 2021). Selain itu, kemampuan untuk memproduksi konten berkualitas tinggi secara konsisten membantu pelaku usaha menjaga branding yang profesional.

Efisiensi yang ditawarkan Canva memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. Proses pembuatan desain yang lebih cepat memungkinkan pelaku usaha untuk lebih fokus pada pengembangan strategi pemasaran dan pelayanan kepada konsumen. Temuan Fahminnansih et al., 2021 menunjukkan bahwa pemanfaatan Canva dalam kegiatan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola promosi secara mandiri. Dengan demikian, Canva dapat dipandang sebagai media digital marketing yang efektif karena mampu mendukung proses promosi yang cepat, ekonomis, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.

B. Peran Canva dalam Pengembangan Keterampilan Digital Marketing Wirausaha

Canva berperan sangat strategis dalam mendukung pengembangan keterampilan pemasaran digital bagi wirausaha di zaman sekarang. Evolusi dalam teknologi informasi telah menyebabkan pergeseran metode pemasaran dari cara tradisional menuju pendekatan digital yang memanfaatkan berbagai platform yang ada di internet. Dalam konteks ini, para pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan konten promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan permintaan pasar. Canva muncul sebagai aplikasi desain grafis yang user-friendly dan menawarkan beragam fitur yang membantu dalam proses pembuatan konten digital dengan cepat dan efisien. Fasilitas ini menjadikan Canva sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan pemasaran digital (Alamsyah, 2024).

Salah satu sumbangsih utama Canva terhadap peningkatan keterampilan pemasaran digital adalah dalam mengasah kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan konten promosi yang menarik. Dalam ranah pemasaran digital, konten visual memainkan peranan krusial karena

menjadi faktor pertama yang dilihat oleh calon pembeli. Konten yang menarik dapat menarik perhatian dan memicu minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Canva menawarkan berbagai template siap pakai yang dapat digunakan untuk mendesain poster, brosur, banner, katalog digital, serta konten untuk media sosial. Dengan keberagaman pilihan desain yang tersedia, pelaku usaha dapat menghasilkan materi promosi yang tampak lebih profesional tanpa perlu memiliki keahlian desain grafis yang mendalam (Larasati & Roidah, 2023).

Selain berkontribusi dalam pembuatan materi promosi, Canva juga memiliki peran penting dalam memacu kreativitas para pengusaha. Beragam alat yang tersedia memungkinkan pengguna untuk menggabungkan warna, gambar, ikon, tipografi, dan elemen visual lain yang sesuai dengan karakter produk yang dijual. Proses ini mendorong para pelaku usaha untuk terus menciptakan ide-ide baru dalam merancang strategi pemasaran. Kreativitas menjadi salah satu aspek krusial dalam pemasaran digital karena kompetisi yang semakin ketat mengharuskan setiap pengusaha untuk menghadirkan konten yang unik dan lebih menarik daripada pesaing. Oleh karena itu, penggunaan Canva secara tidak langsung membantu dalam mengasah kemampuan berpikir inovatif dan kreatif dalam aktivitas pemasaran (Larasati & Roidah, 2023).

Canva juga berperan dalam meningkatkan kemampuan komunikasi visual yang diperlukan dalam pemasaran digital. Komunikasi visual adalah keterampilan menyampaikan informasi melalui elemen visual seperti gambar, ilustrasi, grafik, ikon, dan desain tata letak. Informasi yang disajikan secara visual akan lebih mudah dipahami dan diingat oleh konsumen dibandingkan dengan informasi yang disajikan hanya dalam bentuk teks. Dengan memanfaatkan fitur yang ada di Canva, pengusaha dapat menyampaikan informasi produk dengan cara yang lebih menarik dan komunikatif, sehingga pesan pemasaran dapat disampaikan secara efektif kepada audiens target (Salkeri et al., 2024).

Peran selanjutnya dari Canva adalah membantu para pengusaha dalam membentuk identitas merek atau branding. Dalam konteks pemasaran digital, branding merupakan elemen vital yang mempengaruhi

pandangan konsumen terhadap suatu produk atau bisnis. Melalui Canva, para pengusaha dapat menciptakan desain yang konsisten di berbagai media promosi, baik dari segi warna, logo, font, maupun gaya visual yang diterapkan. Konsistensi ini akan menciptakan identitas merek yang kuat sehingga produk lebih gampang dikenali oleh pelanggan. Branding yang efektif juga bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat posisi bisnis dalam persaingan pasar digital (Alamsyah, 2024).

Selain branding, Canva berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan pengusaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital. Saat ini, media sosial menjadi salah satu platform utama dalam promosi karena dapat menjangkau pelanggan secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Canva menawarkan berbagai ukuran desain yang telah disesuaikan dengan keperluan platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, dan platform digital lainnya. Fasilitas ini membantu pengusaha dalam menciptakan konten yang sesuai dengan karakteristik media sosial sehingga proses promosi bisa berjalan lebih efektif dan efisien (Larasati & Roidah, 2023).

Penggunaan Canva juga mendukung pengusaha untuk meningkatkan keterampilan digital yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi perkembangan teknologi. Melalui proses pembuatan konten, pengelolaan desain, hingga publikasi di platform digital, pengguna secara tidak langsung belajar untuk memanfaatkan berbagai teknologi yang mendukung aktivitas pemasaran. Keterampilan ini menjadi aset penting bagi wirausaha untuk beradaptasi dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin bergantung pada teknologi digital. Dengan meningkatnya keterampilan digital, pengusaha dapat lebih mudah mengikuti tren pemasaran yang terus berubah dan memanfaatkan berbagai peluang yang ada di lingkungan digital (Salkeri et al., 2024).

Lebih jauh, Canva berperan dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh pebisnis. Konten visual yang menarik dapat menarik perhatian audiens, memperkuat pesan promosi, dan memicu interaksi antara pebisnis dan konsumen. Dengan desain yang lebih profesional, produk yang dipromosikan juga akan tampak lebih

meyakinkan, sehingga dapat meningkatkan minat beli dari konsumen. Selain itu, pemanfaatan Canva memungkinkan pelaku usaha untuk membuat e-katalog, materi promosi, dan berbagai konten digital lainnya yang dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan secara daring (Alamsyah, 2024).

Pada akhirnya, Canva bukan sekadar alat desain grafis, tetapi juga berperan sebagai media pembelajaran yang mendukung pengembangan beragam keterampilan digital marketing bagi para wirausahawan. Kemampuan menciptakan konten promosi, meningkatkan kreativitas, membangun citra merek, memperbaiki komunikasi visual, memanfaatkan media sosial, serta menguasai keterampilan digital adalah aspek-aspek yang sangat diperlukan untuk menjalankan bisnis di era digital. Dengan berbagai kemudahan dan keuntungan yang diberikan, Canva dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kualitas pemasaran digital, memperkuat daya saing usaha, serta membuka peluang yang lebih luas untuk mencapai keberhasilan bisnis di tengah kemajuan teknologi yang terus berkembang (Dewi et al., 2023; Salker et al., 2024).

C. Tantangan dan Peluang Penggunaan Canva bagi Wirausaha di Era Digital

Pada aspek tantangan, Terdapat tantangan teknis, ketidakpuasan dengan hasil desain, dan keterbatasan kreativitas sebagai hambatan keberlanjutan penggunaan Canva. Oleh karena itu, evaluasi berkelanjutan, adopsi fitur baru, penyesuaian strategi pemasaran, dan peningkatan kreativitas menjadi kunci untuk mengoptimalkan manfaat Canva bagi pertumbuhan UMKM (G. Larasati, 2023).

Tantangan selanjutnya ada pada keterbatasan perangkat dan akses internet, Canva membutuhkan koneksi stabil agar aplikasi berfungsi optimal. Internet lambat menyebabkan pemuatan elemen visual, ekspor desain, dan fitur kolaborasi menjadi sangat lambat atau gagal. Dalam menjalankan Canva pada perangkat dengan RAM kecil (di bawah 4 GB) atau prosesor lama sering kali membuat peramban (browser) macet (crash) karena render grafis yang berat. Dan pada saat mengunduh hasil desain

yang beresolusi tinggi atau sering menggunakan fitur unggah gambar/video akan dengan cepat menghabiskan kuota internet dan memori perangkat (G. Larasati, 2023).

Selain tantangan, ada juga peluang. Pemanfaatan Canva sebagai e-Katalog membuktikan menjadi solusi efektif bagi wirausaha dalam menciptakan katalog yang menarik dan informatif. Dengan berbagai fitur desain grafis yang mudah diakses, pelaku usaha dapat menghadirkan produk mereka dalam format yang memikat konsumen. Astina (2022) mencatat bahwa penggunaan Canva untuk e-Katalog memberikan kemudahan berbelanja bagi konsumen dan secara Meningkatkan kesadaran dan penjualan online (G. Larasati, 2023).

Penggunaan Canva membuka peluang bagi UMKM untuk melangkah ke platform digital, menciptakan kesempatan pertumbuhan penjualan yang signifikan . Dengan adopsi teknologi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara efektif, menjangkau konsumen potensial yang lebih luas di ranah digital. Salah satu aspek penting dari ekspansi ini adalah kemampuan Canva untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan tren desain terkini. Pelaku usaha dapat menggunakan berbagai fitur Canva, seperti templat responsif dan elemen desain yang fleksibel, untuk menciptakan materi pemasaran yang menonjol di berbagai platform digital. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga menciptakan keberadaan yang kuat dan terkini di dunia daring (G. Larasati, 2023).

Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka, Canva diakui sebagai alat yang efektif untuk pemasaran digital dalam mendukung kegiatan promosi wirausaha pada era digital. Fitur-fitur yang tersedia memudahkan pengguna untuk menghasilkan konten pemasaran yang menarik, tampak profesional, dan sesuai untuk berbagai platform online. Kemudahan dalam penggunaan Canva menjadikannya pilihan yang sangat tepat bagi pelaku usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah, untuk meningkatkan kualitas promosi dan memperluas jangkauan pemasaran mereka. Selain sebagai alat

untuk promosi, Canva juga membantu meningkatkan kemampuan digital marketing para wirausahawan. Memanfaatkan Canva dapat mengasah keterampilan dalam menciptakan konten visual, mendorong kreativitas, memperkuat komunikasi visual, membangun identitas merek, dan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk kepentingan pemasaran. Keterampilan yang diperoleh menjadi aset berharga bagi pelaku usaha guna meningkatkan daya saing dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital. Namun, pemanfaatan Canva masih menghadapi beberapa kendala, seperti minimnya kemampuan desain di kalangan penggunanya, ketergantungan terhadap alat digital, dan tingginya persaingan konten di platform media sosial. Meskipun demikian, berbagai peluang yang diberikan oleh Canva, seperti efisiensi waktu dan biaya, akses yang sangat mudah, serta kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membuat aplikasi ini menjadi alat yang sangat berpotensi bagi pertumbuhan bisnis.

Daftar Pustaka

- Abdul Karim, & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279–285. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1582>
- 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), 343–350. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Alia, P. A., Prayogo, J. S., Kriswibowo, R., Setyawan, A. budi, & Febriana, R. W. (2024). Pengembangan Keterampilan Desain Interaktif Dan Serbaguna Dalam Era Society 5.0 Dengan Menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(3), 977–982. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i3.864>
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023a). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif pada Era Digital: Using Canva as a Creative and Inovative Promotion Media in the Digital Era. *Prospek*, 2(2), 298–303.
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023b). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital. In *Webinar Nasional* (Issue Prospek 2).
- Fahminnansih, F., Rahmawati, E., & Wardhanie, A. P. (2021). Pemanfaatan

Aplikasi Canva Untuk Desain Grafis Dan Promosi Produk Pada Sekolah Islami Berbasis Kewirausahaan. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51–58.

- Hasvia, T. G., Lady, Lady, De Utami, N. A., Aulia, G., & Jones, J. H. (2023). Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 598–610. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12466>
- Larasati, G., & Roidah, I. S. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Konten Gambar Sebagai Upaya Promosi Produk Umkm Di Media Sosial. *KARYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–23.
- Rozali, C., Supriyatna, S., & Karimah, M. (2025). Pengembangan Keterampilan Desain Grafis Yang Cepat Dan Mudah Dengan Aplikasi Canva. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 64–67. <https://doi.org/10.55903/jipm.v3i1.221>
- Salkeri, F. K., Sentosa, S., Tilotama, A. R., Ramli, R. M., & Sunaryo, I. (2024). Peran Canva Dalam Mendukung Penyusunan Rencana Bisnis Yang Sistematis Dan Kreatif. *KREANOVA: Jurnal Kreativitas Dan Inovasi*, 5(3), 98–108. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v5i3.7286>
- Saputra, H. T., Rifah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.31537/jembe.v1i1.1275>
- Sekarningtyas, H., & Firdaus, M. A. (2025). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pelatihan Business Model Canvas Dan Strategi Digital Marketing Di Era MBKM. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BAKTI NEGERI*, 2(1), 29–37. <https://doi.org/10.71277/jpyg7m46>
- Sirajuddin, N. T., & Wahditiya, A. A. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Canva Bagi Guru SMP 4 Bantimurung Kabupaten Maros. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 4(2), 44–54. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v4i2.699>
- Soraya, D. U., Elmunsyah, H., & Pamungkas, B. D. (2025). Peran Paparan Konten Media Sosial Bermuatan Kewirausahaan Dan Penggunaan Tools Digital Marketing Terhadap Kesiapan Wirausaha Dan Keterampilan Digital Marketing Mahasiswa. *JIPi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 10(2), 1652–1662. <https://doi.org/10.29100/jipi.v10i2.7853>
- Supradaka. (2022). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Perancangan Grafis melejit dengan membukukan rekor Salah satu pemasukan terbesarnya datang dari pengguna premium yang berjumlah sebanyak. *Ikraith-Teknologi*, 6(74), 62–68.

- Utami, N. R., & Sumbar, D. U. (2025). Efektifitas Pembuatan Video Konten Digital Di Media Sosial Untuk Promosi Peningkatan Branding Marketing Universitas Bina Darma. *Education, Language, and Arts: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 55–61. <https://doi.org/10.23960/ela.v4i1.347>
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Buku Referensi Metodologi Penelitian Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.