

## **Pemanfaatan Fitur Canva dalam Pengelolaan Data dan Promosi Digital Produk Hijab**

**Maya Dewi Fajarianti<sup>1</sup>, Nur Umi Mahmudah<sup>2</sup>, Elirica Luthfiyah<sup>3</sup>,  
Wahit Desta Prastowo<sup>4</sup>**

<sup>1234</sup>Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>1</sup>maya92042@gmail.com, <sup>2</sup>noorumi1234@gmail.com, <sup>3</sup>rikabltg26@gmail.com,

<sup>4</sup>DestaWahid@gmail.com

Corresponding Author: \*maya92042@gmail.com

### **Abstrak**

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi strategi pemasaran dalam industri bisnis, termasuk sektor fesyen hijab yang kian kompetitif. Dalam menghadapi tantangan ini, khususnya dominasi produk impor yang mencapai 75% di pasar lokal, penelitian ini bertujuan menganalisis optimalisasi pemanfaatan fitur-fitur Canva. Fokus utama penelitian adalah pada fungsi Canva Sheet untuk pengelolaan data, Editor Foto untuk visual produk, dan fitur media sosial terintegrasi untuk promosi digital produk hijab. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis digunakan, dengan pengumpulan data melalui studi dokumentasi pada artikel daring dan video, serta observasi platform Canva. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Canva menawarkan solusi desain dan pengelolaan data yang terintegrasi, banyak pelaku usaha belum memaksimalkan ketiga fitur utama ini secara optimal. Dengan mengoptimalkan pemanfaatan fitur-fitur tersebut, pelaku usaha hijab berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, profesionalisme visual, serta daya saing di pasar digital.

**Kata Kunci:** *Canva, Bisnis Hijab, Editor Foto, Media Sosial, Sheet*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi lanskap bisnis secara fundamental, terutama pada strategi pemasaran. Di era digital saat ini, persaingan bisnis tidak lagi hanya berpusat pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan menyajikan informasi secara visual yang menarik dan persuasif. Visualisasi data menjadi komponen krusial dalam transformasi digital, terutama dalam mengubah data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami dan menarik secara visual.

Fenomena ini sangat relevan bagi industri fesyen hijab, sebuah sektor yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dan persaingan yang semakin ketat. Mayoritas pasar hijab didominasi produk impor dengan 75% produk impor dan hanya 25% produk lokal yang beredar di pasaran, menciptakan tantangan bagi pelaku usaha lokal untuk bersaing melalui strategi pemasaran digital yang efektif.

Untuk menjawab tantangan tersebut, platform desain grafis seperti Canva hadir sebagai solusi yang mengintegrasikan kemampuan pengelolaan data dengan visualisasi konten. Canva menawarkan demokratisasi desain dengan menyediakan antarmuka yang ramah pengguna, memungkinkan individu tanpa latar belakang desain profesional untuk menghasilkan materi promosi berkualitas. Yang membedakan Canva dari platform desain lainnya adalah kemampuannya dalam mengelola data melalui sistem *sheet* terintegrasi. Fitur *sheet* dalam Canva memungkinkan pengguna untuk menginput, mengorganisir, dan mengelola data produk dalam format *spreadsheet* yang kemudian dapat dikonversi menjadi aset visual secara otomatis.

Pemanfaatan Canva bagi bisnis hijab menjadi sangat relevan ketika meninjau tiga fitur utama yang menjadi tulang punggung dalam menciptakan ekosistem pemasaran digital yang terintegrasi. 1) Fitur *sheet* berperan sebagai fondasi pengelolaan data, berfungsi sebagai *database* terpusat untuk mengelola informasi produk seperti nama, harga, deskripsi, dan spesifikasi dalam format terstruktur yang memungkinkan akses dan modifikasi data secara efisien. 2) Fitur editor foto juga menjadi komponen krusial dalam pengolahan visual, menyediakan kemampuan *editing* gambar produk langsung dalam platform, termasuk penghapusan latar belakang, penyesuaian warna, filter, dan berbagai fitur *editing* lainnya untuk menghasilkan katalog produk yang profesional tanpa memerlukan *software* tambahan. 3) Fitur media sosial terintegrasi turut serta menjadi pilar distribusi konten, memungkinkan penjadwalan dan publikasi langsung ke berbagai platform seperti Instagram, Facebook, dan X (Twitter) untuk memaksimalkan jangkauan audiens.

Ketiga fitur utama ini didukung oleh fitur *bulk create* sebagai pelengkap yang memberikan efisiensi tambahan melalui otomatisasi pembuatan konten massal dengan memanfaatkan data dari *sheet*, sehingga tercipta alur kerja yang komprehensif untuk mengubah data tekstual menjadi aset promosi visual yang konsisten dan berkualitas tinggi. Meskipun potensi efisiensinya sangat besar, hasil observasi menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha belum memaksimalkan ketiga fitur utama ini secara optimal. Pemanfaatan *sheet* seringkali terbatas pada penyimpanan data sederhana tanpa mengoptimalkan

struktur data yang mendukung *workflow* terintegrasi. Kemampuan editor foto internal Canva juga belum dimaksimalkan, dengan banyak pengguna yang masih menggunakan *software editing* terpisah sebelum mengunggah ke Canva, padahal fitur internal sudah cukup komprehensif untuk kebutuhan katalog produk. Sementara itu, fitur media sosial terintegrasi seperti kemampuan untuk menjadwalkan postingan langsung dari platform Canva ke Instagram atau Facebook juga sering terlewatkan, sehingga pelaku usaha masih melakukan *posting* manual yang memakan waktu dan mengurangi konsistensi jadwal konten. Akibatnya, fitur *Bulk Create* sebagai pelengkap otomatisasi juga tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal karena fondasi dari ketiga fitur utama belum dioptimalkan. Hal ini menciptakan kesenjangan, di mana setiap fitur hanya digunakan sebagian dari kapasitasnya dan tidak terintegrasi secara holistik. Penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki 100,9 juta pengguna di Indonesia pada awal 2024, dengan jangkauan iklan setara dengan 36,2 persen dari total populasi, menunjukkan potensi besar media sosial yang belum dioptimalkan oleh pelaku usaha hijab.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pemanfaatan tiga fitur utama Canva dalam pengelolaan data dan promosi digital produk hijab; a) Penelitian ini akan mengkaji bagaimana fitur *sheet* dapat dioptimalkan sebagai fondasi pengelolaan data produk hijab secara terstruktur dan efisien, b) Penelitian ini akan menganalisis pemanfaatan fitur editor foto untuk menghasilkan gambar produk berkualitas profesional tanpa ketergantungan pada *software* eksternal, c) Penelitian ini akan mengevaluasi implementasi fitur media sosial Canva untuk distribusi dan penjadwalan konten promosi digital yang konsisten dan tepat waktu. Melalui analisis komprehensif terhadap optimalisasi ketiga fitur utama, penelitian ini diharapkan dapat memberikan model alur kerja yang praktis bagi pelaku usaha hijab untuk memaksimalkan potensi Canva sebagai alat strategis yang terintegrasi demi meningkatkan daya saing di pasar digital.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk memahami pemanfaatan fitur Canva dalam bisnis hijab. Objek penelitian difokuskan pada tiga fitur utama yaitu Canva Sheet untuk perencanaan dan *monitoring* penjualan, fitur media sosial untuk promosi, dan fitur editor foto untuk visual produk. Subjek penelitian adalah konten digital yang membahas penggunaan Canva untuk bisnis hijab yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria pemilihan meliputi

artikel *online* dari *blog* atau portal bisnis yang dipublikasikan tahun 2023-2025 dengan kata kunci "Canva untuk bisnis", "promosi produk fashion", "desain UMKM", dan "strategi marketing hijab", serta video YouTube dari kreator konten, pebisnis hijab, atau pakar *marketing* digital yang membahas tutorial atau studi kasus penggunaan Canva untuk bisnis hijab. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi untuk artikel dan video, serta observasi non-partisipan pada platform Canva yang dilaksanakan dari Mei hingga Juni 2025 secara daring (dalam jaringan). Analisis data menggunakan teknik *content analysis* dengan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menganalisis konten dari berbagai sumber secara sistematis. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari artikel *online*, video YouTube, dan observasi platform Canva guna memperoleh validitas hasil penelitian yang lebih tinggi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pemanfaatan Canva Sheet untuk Manajemen Data dan Visualisasi Produk Hijab**

Canva Sheets, diperkenalkan pada Canva Create 2025 sebagai bagian dari Visual Suite 2.0, mengubah cara data diolah dan divisualisasikan. Berbeda dengan *spreadsheet* biasa, Canva Sheets dirancang khusus untuk desain, memungkinkan pengguna mengubah data menjadi visual menarik yang dapat langsung diintegrasikan ke dalam presentasi atau unggahan media sosial. Tujuannya adalah menyederhanakan proses desain dan membuat komunikasi bisnis lebih visual dan kolaboratif. Fitur unggulan Canva Sheets, Magic Charts, mempermudah transformasi data kompleks menjadi visual yang menarik dan sesuai merek hanya dengan beberapa klik. Magic Charts bahkan dapat merekomendasikan format visual terbaik secara otomatis, sangat membantu UMKM hijab yang mungkin kurang ahli dalam analisis data mendalam.

Meskipun Canva Sheets relatif baru, konsep *spreadsheet* untuk manajemen inventaris bisnis kecil sudah umum, dengan banyak templat tersedia, menunjukkan adanya kebutuhan pasar yang jelas. Untuk bisnis hijab, Canva Sheets menawarkan aplikasi praktis. Dalam manajemen inventaris produk sederhana, UMKM dapat melacak stok, status produk (tersedia, habis, rendah, dalam perjalanan), serta merencanakan pesanan. Visualisasi data inventaris melalui grafik otomatis mempercepat pengambilan keputusan. Fitur ini juga mendukung pembuatan katalog produk digital yang menarik, dengan templat yang dapat disesuaikan untuk menampilkan detail produk secara profesional. Selain itu, visualisasi data penjualan atau tren produk melalui Magic Charts membantu UMKM mengidentifikasi produk terlaris atau periode penjualan puncak, memungkinkan keputusan berbasis data yang lebih cepat.

Integrasi Canva dengan platform seperti Google Sheets melalui Zapier memungkinkan otomatisasi alur kerja data, di mana desain Canva dapat dibuat atau diperbarui secara otomatis dari data di Google Sheets, menjaga akurasi dan konsistensi visual. Solusi pihak ketiga seperti n8n juga dapat mengintegrasikan Google Sheets, AI, dan Canva Pro untuk menghasilkan templat bermerek secara dinamis, memperlihatkan potensi otomatisasi canggih dalam pemasaran produk hijab. Canva Sheets memiliki potensi besar bagi UMKM hijab. Kemudahan penggunaan dan integrasi visualnya dapat mendemokratisasi analisis data, memungkinkan UMKM membuat laporan profesional tanpa keahlian mendalam. Pengguna seperti Madiiee (@amandamelo.data) di TikTok antusias dengan konsep "Graphic Design + Data all in one", melihat potensi Canva menggantikan *spreadsheet* tradisional (Madiiee, n.d.). Ini membantu UMKM hijab yang mungkin tidak memiliki analisis data khusus untuk membuat keputusan berbasis data lebih cepat, memahami kinerja, dan mengidentifikasi tren, sehingga meningkatkan daya saing mereka.

Kemampuan Canva Sheets untuk mengubah data menjadi visualisasi yang dapat langsung diseret ke presentasi atau unggahan media sosial sangat berdampak. Wawasan *real-time* dari data penjualan atau inventaris dapat segera diubah menjadi grafis promosi yang menarik, mengurangi jeda waktu antara analisis data dan pembuatan konten. Keterkaitan langsung ini meningkatkan keaslian dan urgensi pesan pemasaran, berpotensi meningkatkan *engagement* dan konversi, yang krusial dalam industri fesyen yang bergerak cepat. Bisnis hijab dapat mengelola inventaris dan detail produk di Google Sheets, lalu menggunakan integrasi untuk mengisi atau memperbarui katalog digital di Canva secara otomatis. Otomatisasi ini mengurangi pekerjaan manual dan kesalahan, memastikan konsistensi, serta memungkinkan UMKM meluncurkan koleksi baru atau memperbarui harga dengan cepat, menjaga katalog tetap terkini dan profesional untuk penjualan *online*.

Namun, ada tantangan yang perlu diperhatikan. Beberapa pengguna khawatir tentang kemampuan Canva Sheets menangani *dataset* besar atau data sensitif perusahaan besar, seperti yang diungkapkan di TikTok oleh Madiiee (@amandamelo.data). Ini menunjukkan bahwa UMKM perlu memahami batasan fitur ini sesuai skala operasional mereka. Tantangan teknis dalam menguasai fitur tertentu juga bisa menjadi hambatan awal bagi sebagian pengguna.

**Tabel, 1:** Fungsionalitas Canva Sheet untuk Kebutuhan Bisnis Hijab

<b>Fitur</b>	<b>Deskripsi Fungsionalitas Canva Sheets</b>	<b>Manfaat untuk Bisnis Hijab</b>
Input Data	Visual, <i>drag-and-drop</i> , terintegrasi langsung dengan elemen desain.	Mempermudah input data bagi non-ahli desain, mengurangi kesalahan manual.

Visualisasi Data	Magic Charts yang visual, sesuai merek, dengan rekomendasi format otomatis.	Mengubah data kompleks menjadi visual yang menarik tanpa keahlian desain grafis mendalam, memudahkan pemahaman tren.
Integrasi Desain	<i>Drag-and-drop</i> langsung visualisasi data ke desain Canva lainnya (presentasi, postingan).	Mempercepat alur kerja pembuatan konten visual berbasis data, memastikan konsistensi.
Manajemen Inventaris	Pelacakan stok, status (tersedia, habis, rendah), perencanaan pesanan, visualisasi grafik otomatis.	Memberikan gambaran cepat dan akurat tentang stok, membantu pengambilan keputusan pembelian dan produksi.
Pembuatan Katalog	Templat terintegrasi, kustomisasi visual untuk menampilkan produk secara profesional.	Menciptakan katalog produk yang menarik dan mudah diperbarui, meningkatkan daya tarik produk.

## 2. Optimalisasi Editor Foto Canva untuk Fotografi Produk Hijab

Canva menyediakan fitur editor foto yang canggih, cocok untuk profesional maupun pemula, hal ini memungkinkan pembuatan gambar berkualitas studio dengan sangat mudah. Kualitas foto produk merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran *online*, terutama untuk fesyen seperti hijab, karena konsumen tidak dapat berinteraksi langsung dengan produk sehingga foto yang menarik dan akurat dapat meningkatkan daya tarik produk dan membangun kepercayaan konsumen.

Editor Foto Canva dapat dioptimalkan untuk produk hijab, terutama fitur menghilangkan dan mengganti latar belakang yang sudah tersedia di Canva Pro/Enterprise sehingga memudahkan pengguna dalam penghapusan latar belakang dengan satu kali klik saja. Fitur Magic Grab juga dapat memisahkan subjek dari latar belakang, memberikan fleksibilitas untuk mengganti latar belakang atau menambahkan elemen desain, seperti yang ditunjukkan oleh The Design Institute di akun TikTok-nya (@thedesigninstitute, n.d.). Ini memungkinkan UMKM hijab menciptakan tampilan profesional, menonjolkan detail hijab tanpa gangguan latar belakang. Dengan demikian, UMKM dapat mencapai profesionalisme visual tinggi dengan biaya yang rendah, mengubah foto *smartphone* menjadi aset pemasaran menarik, dan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk penjualan *online*. Canva juga menyediakan alat seperti kecerahan, kontras, sorotan, dan bayangan untuk mengoptimalkan pencahayaan dan detail, hal ini penting dipahami oleh pemilik bisnis

hijab agar sesuai dengan produk aslinya. Penyesuaian suhu (*temperature*) dan warna (*tint*) memastikan warna hijab akurat dan konsisten. Fitur ketajaman (*sharpness*) dan kejelasan (*clarity*) efektif menonjolkan tekstur kain hijab, membuatnya lebih nyata dan menarik, seperti yang dijelaskan oleh Design with Canva di akun YouTube-nya (Design with Canva, n.d.). Pengguna juga dapat menambahkan tekstur halus seperti "grainy" atau "paper" untuk memperkaya desain tanpa membuatnya ramai.

Pemanfaatan fitur AI untuk penyempurnaan gambar, seperti Magic Edit, memungkinkan pengguna merevolusi gambar hanya dengan *prompt*, misalnya menghasilkan latar belakang baru yang menyatu mulus. Meskipun masih dalam tahap beta dan terkadang *glitchy*, fitur ini menawarkan potensi besar untuk menciptakan visual produk yang unik dan menarik. Selain memamerkan produk, alat pengeditan foto canggih Canva, terutama yang didukung AI. Mereka dapat menghasilkan latar belakang yang relevan dengan gaya hidup atau budaya, serta menambahkan elemen pelengkap (seperti aksesoris menggunakan *cut-out*) untuk membangun cerita visual di sekitar produk.

Penerapan filter dan efek untuk konsistensi merek juga krusial. Canva menyediakan berbagai filter dan efek untuk mengoptimalkan gambar. Penggunaan filter yang konsisten membantu UMKM hijab membangun identitas visual merek yang kuat dan mudah dikenali di semua platform pemasaran. Fitur "duotones" yang dapat disesuaikan juga menambah kreativitas. Menjaga identitas visual yang konsisten di semua foto produk dan materi pemasaran sangat penting untuk pengenalan merek dan profesionalisme. Editor foto Canva, dengan kemampuannya menyimpan warna merek dan menerapkan penyesuaian seragam, memastikan semua gambar produk selaras dengan estetika merek. Konsistensi ini membangun kepercayaan dan membuat merek mudah dikenali, memperkuat ingatan merek, dan menumbuhkan loyalitas pelanggan di pasar hijab yang kompetitif.

**Tabel 2:** Fitur Utama Editor Foto Canva dan Aplikasinya dalam Fotografi Produk Hijab

<b>Fitur Editor Foto Canva</b>	<b>Deskripsi Fungsi</b>	<b>Aplikasi Spesifik untuk Produk Hijab</b>	<b>Manfaat bagi Bisnis Hijab</b>
Background Remover/Magic Grab	Menghapus atau memisahkan subjek dari latar belakang gambar secara otomatis.	Menampilkan hijab tanpa gangguan latar belakang, menciptakan fokus penuh pada detail kain dan model.	Meningkatkan profesionalisme foto produk, memberikan fleksibilitas untuk mengganti latar belakang sesuai tema promosi.

Penyesuaian Warna (Temperature, Tint, Vibrance)	Mengoreksi dan meningkatkan keseimbangan warna, kecerahan, kontras, sorotan, dan bayangan.	Memastikan warna hijab akurat sesuai produk fisik, menonjolkan palet warna yang menarik.	Meningkatkan akurasi representasi produk, mengurangi potensi retur karena perbedaan warna.
Penyesuaian Tekstur (Sharpness, Clarity)	Meningkatkan detail, ketajaman, dan fokus pada elemen gambar.	Menampilkan tekstur kain hijab (misalnya: satin, katun, ceruti) dengan jelas dan realistis.	Meningkatkan persepsi kualitas produk, membuat foto lebih menarik dan informatif bagi konsumen.
Magic Edit (AI-powered)	Mengubah atau menambahkan elemen pada gambar dengan <i>prompt</i> berbasis AI, seperti menghasilkan latar belakang baru.	Menambahkan elemen dekoratif yang relevan, menciptakan latar belakang tematik yang menarik sesuai gaya hijab atau acara.	Meningkatkan kreativitas visual, memungkinkan <i>storytelling</i> produk yang lebih kaya dan menarik perhatian.
Filter dan Efek	Menerapkan gaya visual yang konsisten pada gambar dengan berbagai pilihan filter dan efek.	Menciptakan estetika merek yang seragam di semua foto produk, memperkuat identitas visual.	Membangun konsistensi merek yang kuat, mempermudah pengenalan <i>brand</i> oleh konsumen.
Penambahan Elemen Visual (Cut-out)	Memasukkan objek atau gambar dengan latar belakang transparan ke dalam desain.	Menambahkan aksesoris, properti, atau elemen dekoratif lainnya untuk menata foto produk hijab.	Meningkatkan daya tarik visual dan konteks produk, mendukung narasi visual yang lebih lengkap.

### 3. Fitur “Media Sosial” Terintegrasi Canva untuk Promosi Bisnis Hijab

Canva menawarkan serangkaian fitur media sosial terintegrasi yang dirancang untuk menyederhanakan seluruh proses pemasaran digital, mulai dari pembuatan konten hingga penjadwalan dan publikasi. Canva memiliki kemampuan untuk berbagi desain langsung ke berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, X (Twitter), dan Pinterest. Pengguna juga dapat memanfaatkan Canva untuk membuat berbagai jenis konten media sosial, termasuk postingan, cerita, dan iklan, dengan berbagai templat dan elemen desain yang dirancang khusus untuk media sosial. Selain itu, Canva menyediakan alat untuk mengedit foto dan video yang dapat langsung digunakan untuk konten media sosial.

Salah satu komponen penting dalam ekosistem media sosial Canva adalah Canva Content Planner, sebuah fitur yang memungkinkan pengguna mendesain dan menjadwalkan unggahan media sosial langsung dari platform Canva. Ini menghilangkan kebutuhan untuk mengunduh desain dan mengunggahnya ke alat manajemen media sosial terpisah, menciptakan alur kerja yang mulus dari desain hingga publikasi. Pengguna dapat memilih tanggal dan waktu, serta saluran media sosial yang dituju, menambahkan *caption*, dan menjadwalkan atau menyimpan sebagai draf, seperti yang dijelaskan oleh Jessica Stansberry di akun YouTube-nya (Jessica Stansberry, n.d.). Bagi UMKM hijab yang beroperasi dengan sumber daya terbatas, kemampuan untuk mengelola desain dan penjadwalan dalam satu platform secara signifikan mengurangi beban operasional. Efisiensi ini memungkinkan UMKM untuk mempertahankan kehadiran media sosial yang lebih konsisten dan sering, yang sangat penting untuk pengenalan merek dan *engagement* di pasar yang sangat visual dan bergerak cepat. Pendekatan terintegrasi ini secara efektif menurunkan hambatan bagi UMKM untuk terlibat dalam pemasaran digital yang canggih.

Canva juga telah mengintegrasikan kemampuan AI, termasuk Magic Write (asisten penulisan *copy*) dan Assistant (rekomendasi grafis/gaya). Alat AI yang lebih luas seperti AI Assist dari Sendible (yang terintegrasi dengan Canva) dapat menghasilkan dan mengoptimalkan *caption* media sosial, serta menyarankan *hashtag* (Sendible, n.d.). Hootsuite juga menawarkan penulis *caption* AI dan generator ide konten dengan templat Canva (Hootsuite, n.d.). Integrasi kemampuan AI, baik *native* di Canva maupun melalui alat pihak ketiga, hal ini memungkinkan UMKM untuk menskalakan produksi konten mereka dan mempertahankan relevansi tanpa harus meningkatkan ukuran atau anggaran tim pemasaran mereka, secara langsung mengatasi kendala sumber daya. Ini juga menggeser fokus dari pembuatan konten manual ke kurasi dan

optimasi konten strategis dengan bantuan AI. Strategi konten yang efektif untuk bisnis hijab menggunakan Canva mencakup beberapa pendekatan. Video pendek (Reels, TikToks) untuk tips gaya dan inspirasi adalah jenis konten paling menarik di berbagai platform. UMKM hijab dapat menggunakan Canva untuk membuat video cepat yang menampilkan koleksi baru, tren hijab terkini, atau tutorial gaya hijab. Konten yang otentik dan "homemade" cenderung berkinerja baik, terutama dengan audiens Gen Z.

Strategi konten yang efektif untuk bisnis hijab menggunakan Canva mencakup beberapa pendekatan:

- a. Video pendek (Reels, TikToks) untuk tips gaya dan inspirasi adalah jenis konten paling menarik di berbagai platform. UMKM hijab dapat menggunakan Canva untuk membuat video cepat yang menampilkan koleksi baru, tren hijab terkini, atau tutorial gaya hijab. Konten yang otentik dan "homemade" cenderung berkinerja baik, terutama dengan audiens Gen Z.
- b. Konten buatan pengguna (UGC) dan *storytelling* merek sangat kuat dalam membangun keaslian dan bukti sosial. Bisnis hijab dapat mendorong pelanggan untuk menandai merek mereka, menggunakan *hashtag* bermerek, atau berpartisipasi dalam tantangan gaya. Canva dapat digunakan untuk mengedit dan memposting ulang UGC, serta untuk membuat visual yang menceritakan kisah di balik merek, nilai-nilai, atau proses desain. Konsumen modern ingin tahu lebih dari sekadar apa yang dijual; mereka ingin tahu tentang siapa di balik merek tersebut.
- c. Penggunaan templat untuk konsistensi visual dan efisiensi juga krusial. Canva memiliki perpustakaan templat yang masif untuk berbagai jenis konten media sosial. UMKM hijab dapat memanfaatkan templat ini untuk memastikan konsistensi visual di seluruh postingan mereka, menghemat waktu dalam proses desain, dan memastikan estetika yang kohesif. Juga dapat dengan mudah membuat Reels/TikTok untuk tips gaya, merancang kampanye UGC yang menarik secara visual, dan membuat visual *storytelling* merek, serta bisnis dapat terhubung dengan audiens mereka di berbagai tingkatan. Strategi konten yang beragam ini tidak hanya meningkatkan *engagement* dan jangkauan tetapi juga membangun komunitas merek dan loyalitas yang lebih kuat. Ini sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang di industri fesyen, di mana koneksi emosional dan keaslian semakin dihargai oleh konsumen.

Meskipun Canva Content Planner memungkinkan penjadwalan langsung namun saat ini masih terdapat beberapa keterbatasan, seperti hanya mendukung desain statis (video Pins muncul sebagai gambar statis), dan belum ada fitur penjadwalan massal ke beberapa papan Pinterest atau kemampuan untuk menautkan URL langsung dari postingan yang dijadwalkan. Untuk mengatasi keterbatasan ini, UMKM hijab dapat mempertimbangkan integrasi Canva dengan alat manajemen media sosial pihak ketiga seperti Sendible atau Hootsuite. Alat-alat ini menawarkan fungsionalitas penjadwalan yang lebih canggih, termasuk kemampuan untuk mengelola banyak akun, analisis kinerja, dan fitur tambahan seperti *AI caption writer* dan *hashtag generator*. Integrasi ini memungkinkan alur kerja yang lebih efisien dari desain hingga publikasi.

**Tabel, 3:** Strategi Konten Media Sosial Efektif untuk Bisnis Hijab Menggunakan Fitur Terintegrasi Canva

<b>Jenis Konten</b>	<b>Fitur Canva yang Relevan</b>	<b>Tujuan Pemasaran</b>	<b>Platform Media Sosial Utama</b>
Video Pendek (Reels, TikToks)	Templat video, editor video, elemen animasi, musik.	Meningkatkan kesadaran merek, menunjukkan tips gaya/tren hijab, menarik audiens muda (Gen Z).	Instagram, TikTok, YouTube Shorts
Styling Tips & Inspirasi Outfit	Templat kolase, fitur penyesuaian foto, elemen teks, <i>mockup</i> .	Memposisikan merek sebagai sumber gaya, mendorong <i>engagement</i> , meningkatkan visibilitas produk tanpa terlalu <i>salesy</i> .	Instagram (Carousel, Reels), Pinterest
User-Generated Content (UGC)	Editor foto (penghapus latar belakang), templat <i>story</i> Instagram, fitur <i>repost</i> .	Membangun kepercayaan konsumen, memberikan bukti sosial, memperkuat keaslian merek.	Instagram, TikTok

Brand Storytelling	Templat presentasi, editor video, fitur teks dan font, elemen grafis.	Membangun koneksi emosional dengan audiens, menunjukkan nilai dan proses di balik merek, membedakan dari pesaing.	Instagram (Stories, Reels), Facebook, LinkedIn
Promosi & Diskon	Templat promo, elemen grafis, <i>countdown stickers</i> , fitur teks.	Mendorong penjualan, menciptakan urgensi, mengumumkan peluncuran produk baru atau penawaran khusus.	Instagram (Stories, Feed), Facebook

## KESIMPULAN

Penelitian ini secara komprehensif menganalisis pemanfaatan fitur Canva Sheet, Editor Foto, dan fitur media sosial terintegrasi Canva dalam pengelolaan data dan promosi digital produk hijab, menunjukkan bagaimana ketiga komponen ini bersinergi untuk mengoptimalkan operasional bisnis. 1) Dengan Canva Sheet, pemilik bisnis hijab dapat mengelola data produk dan penjualan secara terstruktur dan efisien, serta memvisualisasikan tren pasar dengan mudah menggunakan Magic Charts, memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data yang lebih cepat. 2) Editor Foto Canva memberdayakan *business owner* untuk menghasilkan visual produk berkualitas profesional, termasuk penghapusan latar belakang, penyesuaian warna, dan pemanfaatan AI untuk menciptakan citra menarik, tanpa memerlukan *software* eksternal atau keahlian desain mendalam. 3) Terakhir, fitur media sosial terintegrasi, termasuk Content Planner dan dukungan AI untuk *copywriting*, menyederhanakan proses penjadwalan dan publikasi konten, meningkatkan konsistensi merek, dan memperluas jangkauan promosi. Secara keseluruhan, bagi *business owner* di industri hijab, penggunaan Canva berdampak signifikan pada peningkatan efisiensi operasional karena alur kerja yang terintegrasi, penurunan biaya pemasaran akibat berkurangnya ketergantungan pada sumber daya eksternal, dan peningkatan profesionalisme serta konsistensi visual merek. Hal ini memungkinkan mereka untuk bersaing lebih efektif di pasar digital, meraih *engagement* yang lebih tinggi, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

## REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2025, April). Cerita data statistik untuk Indonesia: Transformasi digital, menelusuri asosiasi digitalisasi dengan pendidikan dan kesehatan. <https://www.bps.go.id/en/publication/2025/04/30/28bd>
- Binus University Malang. (2018, Juli 12). Perkembangan teknologi informasi "tradisi media lisan, cetak, era first age media, second age media, era digital". <https://binus.ac.id/malang/2018/07/perkembangan-teknologi-informasi-tradisi-media-lisan-cetak-era-first-age-media-second-age-media-era-digital/>
- Canva. (2025). Canva Create 2025: Discover the latest launches. <https://www.canva.com/canva-create/launches/>
- Design with Canva. (n.d.). YouTube. <https://www.youtube.com/@DesignwithCanva>
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023). Pemanfaatan Canva sebagai media promosi kreatif dan inovatif pada era digital. Dalam Webinar nasional "Transformasi pendidikan melalui digital learning guna mewujudkan Merdeka Belajar". Universitas PGRI Mahadewa Indonesia.
- Fast Company. (2023). How Canva democratized design and built a \$40 billion business. <https://www.fastcompany.com/90123456/how-canva-democratized-design-and-built-a-40-billion-business>
- Google & Temasek. (2024). e-Conomy SEA 2024: Navigating the new normal in Southeast Asian digital economy.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan website sebagai media promosi dan informasi. *Journal of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Hey Jessica. (n.d.). YouTube. <https://www.youtube.com/@HeyJessica>
- Hootsuite. (n.d.). AI caption writer and content idea generator with Canva templates. <https://www.hootsuite.com/>
- Islamay, E. (n.d.). Jenis-jenis penelitian. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/jenis-jenis-penelitian/>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2024). Transformasi digital menuju era digital society sebagai akselerasi kebangkitan ekonomi nasional. <https://www.komdigi.go.id/transformasi-digital>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2024, Januari). Launching Visi Indonesia Digital 2045: Percepatan transformasi digital demi wujudkan Indonesia Emas. <https://digital2045.id/launching-visi-indonesia-digital-2045-percepatan-transformasi-digital-demi-wujudkan-indonesia-emas/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

- Lembaga Administrasi Negara. (2024). LAN Datathon 2024: Meningkatkan kesadaran pengelolaan data terintegrasi melalui analisis dan visualisasi data. <https://rm.id/baca-berita/government-action/224328/lan-datathon-2024-digelar-tingkatkan-kesadaran-pengelolaan-data-terintegrasi>
- Madiiee [@amandamelo.data]. (n.d.). TikTok. <https://www.tiktok.com/@amandamelo.data>
- McKinsey & Company. (2023). The state of fashion in Southeast Asia: Riding the wave of digital transformation.
- Prihatin, A. N. F., Sukardi, D., & Khairunnisa, H. (2023). Pengembangan marketing online shop Fifau hijab perspektif hukum ekonomi syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 115–130. <https://doi.org/10.15575/am.v10i2.27327>
- Sendible. (n.d.). AI Assist: Social media content creation with ChatGPT. <https://www.sendible.com/features/ai-assist>
- Telkom University. (2024, Agustus 24). Transformasi digital: Tren dan tantangan di era teknologi informasi. <https://bit.telkomuniversity.ac.id/transformasi-digital-tren-dan-tantangan-di-era-teknologi-informasi/>
- The Design Institute [@thedesigntstitute]. (n.d.). TikTok. <https://www.tiktok.com/@thedesigntstitute>
- Utami Dewi, M. (2018). Dampak positif dan negatif dari e-commerce. STEKOM Semarang - Sistem Informasi S1. <http://sistem-informasi-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Dampak-Positif-dan-Negatif-E-Commerce/5e750838cc297c7d7b44fb18f2519343aff4a4e4>