

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PENJUALAN PRODUK DIGITAL KREATIF BERBASIS CANVA PADA PLATFORM LYNK.ID**

<sup>1</sup>Zahra Kameliana, <sup>2</sup>Ferida Rahmawati, <sup>3</sup>Maksum, <sup>4</sup>Putri Dyah Ayu Rosalinda

<sup>1-4</sup>Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email : [1zahra.kameliana24088@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:1zahra.kameliana24088@mhs.uingusdur.ac.id),

[2ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id](mailto:2ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id), [3maksum24109@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:3maksum24109@mhs.uingusdur.ac.id),

[4putri.dyah.ayu.rosalinda24099@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:4putri.dyah.ayu.rosalinda24099@mhs.uingusdur.ac.id)

**ARTICLE INFO**

**Kata Kunci:**

*Technopreneurship, Produk Digital, Canva, Lynk.id, Pemasaran Digital.*

**Cara Sitasi:**

Penulis, Zahra Kameliana, Ferida Rahmawati, Maksum, Putri Dyah Ayu Rosalinda. "Strategi Pengembangan dan Penjualan Produk Digital Kreatif Berbasis Canva Pada Platform Lynk.Id."

Currency:

Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#) Juni 2026

**ABSTRACT**

Perkembangan Revolusi Industri 4.0 telah mendorong perubahan dalam pola kewirausahaan yang berbasis digital, termasuk munculnya technopreneurship yang memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan nilai ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk digital menggunakan Canva serta optimalisasi pemasaran dan penjualan melalui Lynk.id. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur, observasi, dan wawancara terhadap praktisi digital. Proses penelitian meliputi identifikasi masalah, analisis kebutuhan pasar, perancangan produk digital, hingga formulasi strategi pemasaran berbasis media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Canva efektif dalam meningkatkan kualitas desain dan mempermudah dalam produksi konten, sedangkan Lynk.id mampu meningkatkan efisiensi distribusi dan penjualan melalui sistem etalase digital yang terintegrasi. Namun, masih terdapat beberapa kendala pada aspek kemampuan dalam digital marketing dan pemahaman strategi monetisasi. Oleh karena itu, integrasi antara desain visual yang menarik dan strategi pemasaran yang tepat telah menjadi kunci keberhasilan pada aspek ini. Maka dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi penggunaan Canva dan Lynk.id, didukung strategi pemasaran yang terarah, dapat meningkatkan konversi penjualan serta keberlanjutan bisnis di era digital.

*The development of the Industrial Revolution 4.0 has driven changes in digital-based entrepreneurial patterns, including the emergence of technopreneurship that utilizes technology to generate economic value. This study aims to analyze digital product development strategies using Canva as well as marketing and sales optimization through Lynk.id. The method used is a descriptive qualitative approach through literature studies, observations, and interviews with digital practitioners. The research process includes problem identification, market needs*

*analysis, digital product design, and social media-based marketing strategy formulation. The results show that Canva is effective in improving design quality and making content production easier, while Lynk.id is able to improve distribution and sales efficiency through an integrated digital storefront system. However, there are still several obstacles in terms of capabilities in digital marketing and understanding of monetization strategies. Therefore, the integration between attractive visual design and the right marketing strategy has been the key to success in this aspect. Therefore, this study concludes that the combination of the use of Canva and Lynk.id, supported by a targeted marketing strategy, can increase sales conversion and business sustainability in the digital era.*

## **Pendahuluan**

Perkembangan Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi dan kewirausahaan. Integrasi teknologi digital dalam aktivitas bisnis telah menciptakan berbagai peluang baru bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha yang lebih inovatif dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi telah menjadi faktor utama yang menentukan daya saing suatu usaha. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai model bisnis baru yang memanfaatkan teknologi digital sebagai fondasi utama dalam menciptakan nilai ekonomi (Hidayat et al., 2025).

Salah satu fenomena yang berkembang pesat seiring dengan transformasi digital tersebut adalah technopreneurship. Technopreneurship merupakan konsep kewirausahaan yang mengintegrasikan inovasi teknologi dengan kemampuan bisnis untuk menghasilkan produk atau layanan yang bernilai ekonomi. Kehadiran technopreneurship memberikan peluang bagi individu, khususnya generasi muda, untuk mengembangkan usaha berbasis kreativitas tanpa harus memiliki modal fisik yang besar. Dalam konteks ekonomi digital, kreativitas menjadi aset utama yang dapat diubah menjadi produk digital yang memiliki nilai jual tinggi dan dapat dipasarkan secara luas melalui berbagai platform digital.

Pertumbuhan ekonomi kreatif yang didukung oleh perkembangan teknologi telah mendorong meningkatnya permintaan terhadap berbagai produk digital, seperti template desain, e-book, katalog digital, media promosi, konten media sosial, dan berbagai aset digital lainnya. Produk-produk tersebut memiliki keunggulan berupa biaya produksi yang relatif rendah, kemudahan distribusi, serta potensi pasar yang tidak terbatas oleh wilayah geografis. Oleh karena itu, kemampuan menciptakan produk digital yang berkualitas menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan bisnis di era digital.

Dalam menghasilkan produk digital yang kompetitif, tampilan visual memiliki peran yang sangat penting. Visual yang menarik mampu meningkatkan perhatian konsumen, membangun citra profesional, serta memperkuat efektivitas komunikasi pemasaran. Salah satu aplikasi yang banyak dimanfaatkan untuk mendukung proses desain digital adalah Canva. Canva merupakan platform desain grafis berbasis cloud yang menyediakan berbagai fitur dan template siap pakai sehingga memudahkan pengguna dalam menghasilkan desain yang profesional tanpa harus memiliki kemampuan desain tingkat lanjut. Melalui Canva,

pelaku usaha dapat membuat berbagai produk digital seperti poster, logo, presentasi, katalog, media promosi, dan konten media sosial dengan lebih cepat dan efisien (Dewi et al., 2023).

Kemudahan penggunaan Canva serta kelengkapan fitur yang dimilikinya menjadikan platform ini sebagai salah satu alat yang efektif dalam mendukung aktivitas pemasaran digital. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Canva mampu meningkatkan kualitas visual promosi, memperkuat interaksi dengan konsumen, serta meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran secara digital (Agustini & Arifin, 2024; Nugraha et al., 2024). Selain itu, pemanfaatan Canva juga memungkinkan pelaku usaha menghasilkan konten yang lebih konsisten dan profesional sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Namun, keberhasilan bisnis digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan desain yang menarik. Proses distribusi dan pemasaran produk juga menjadi faktor yang sangat menentukan. Seiring berkembangnya ekonomi digital, berbagai platform telah hadir untuk membantu kreator dan pelaku usaha memasarkan produknya secara lebih efektif. Salah satu platform yang berkembang dan banyak dimanfaatkan oleh kreator digital adalah Lynk.id. Platform ini memungkinkan pengguna mengintegrasikan berbagai tautan, katalog produk, layanan, dan sistem pembayaran dalam satu halaman yang mudah diakses oleh konsumen. Dengan demikian, Lynk.id menjadi sarana yang mampu mendukung proses pemasaran dan transaksi produk digital secara lebih praktis dan profesional (Akbar, 2025; Hendra et al., 2025).

Pemanfaatan Lynk.id memberikan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha digital, terutama dalam menyederhanakan proses distribusi produk dan meningkatkan kenyamanan pelanggan saat melakukan transaksi. Integrasi berbagai fitur dalam satu platform memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk secara lengkap tanpa harus berpindah ke berbagai aplikasi atau situs yang berbeda. Selain itu, sistem pembayaran yang terintegrasi juga membantu mempercepat proses transaksi sehingga dapat meningkatkan peluang konversi penjualan.

Meskipun berbagai teknologi telah tersedia untuk mendukung proses produksi dan pemasaran produk digital, kenyataannya masih banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan potensi bisnis digital yang dimiliki. Banyak kreator mampu menghasilkan desain yang menarik dan berkualitas, namun belum mampu mengembangkan produk tersebut menjadi sumber pendapatan yang berkelanjutan. Permasalahan ini umumnya disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai strategi pengembangan produk, penentuan target pasar, serta penerapan teknik pemasaran digital yang efektif (Hidayat et al., 2025).

Selain itu, keterbatasan kemampuan dalam melakukan diferensiasi produk dan rendahnya literasi digital marketing masih menjadi tantangan yang dihadapi oleh sebagian pelaku usaha digital. Akibatnya, produk yang dihasilkan sering kali sulit bersaing di tengah meningkatnya jumlah kreator dan pelaku bisnis digital yang menawarkan produk serupa. Padahal, keberhasilan penjualan produk digital tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas desain, tetapi juga oleh kemampuan dalam membangun strategi pemasaran yang tepat, menciptakan nilai tambah produk, serta memanfaatkan platform digital secara optimal (Rusmanto et al., 2025).

Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa penggunaan Canva dapat meningkatkan efektivitas promosi digital, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung peningkatan penjualan produk maupun jasa secara online (Fitrudin et al., 2025; Najatafani, 2025). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital mampu

meningkatkan efisiensi pemasaran serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (Hallaby et al., 2025). Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan Canva sebagai media desain atau pada efektivitas pemasaran digital secara umum. Kajian yang secara khusus mengintegrasikan strategi pengembangan produk digital berbasis Canva dengan optimalisasi penjualan melalui platform Lynk.id masih relatif terbatas.

Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut. Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang menganalisis bagaimana proses pengembangan produk digital kreatif berbasis Canva dapat diintegrasikan dengan strategi pemasaran dan penjualan melalui Lynk.id untuk menghasilkan kinerja bisnis yang lebih optimal. Padahal, kombinasi antara kualitas produk digital yang baik dan strategi distribusi yang efektif merupakan faktor penting dalam meningkatkan konversi penjualan dan keberlanjutan usaha digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk digital kreatif berbasis Canva serta strategi penjualan yang diterapkan melalui platform Lynk.id. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan pemasaran produk digital sehingga mampu meningkatkan konversi penjualan dan pendapatan pelaku usaha. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian technopreneurship digital serta menjadi panduan praktis bagi kreator dan pelaku usaha dalam mengoptimalkan pemanfaatan Canva dan Lynk.id sebagai sarana pengembangan bisnis digital di era ekonomi berbasis teknologi.

### **Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis**

#### **1. Transformasi Digital dan Efisiensi Ekonomi Kreatif**

Perkembangan era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong perubahan yang signifikan dalam pola aktivitas ekonomi, khususnya pada sektor ekonomi kreatif. Pelaku usaha kini dituntut untuk mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional bisnisnya, yang kemudian dikenal sebagai konsep technopreneurship (Hidayat et al., 2025). Penerapan teknologi digital tidak lagi sekadar mengikuti tren saja, melainkan telah menjadi kebutuhan strategis dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses berbisnis, terutama dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk. Pada era digitalisasi saat ini telah memberikan kemudahan dalam mempercepat alur komunikasi antara penjual dan pembeli. Interaksi yang sebelumnya memerlukan waktu dan biaya yang lebih, kini dapat dilakukan secara instan hanya dengan melalui berbagai platform digital. Hal ini berdampak pada berkurangnya hambatan transaksi, peningkatan responsivitas layanan, serta terciptanya pengalaman konsumen yang lebih baik (Najatafani, 2025). Selain itu, pemanfaatan teknologi juga dapat memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola data konsumen secara lebih sistematis sehingga strategi pemasaran dapat disusun dengan lebih baik dan tepat sasaran.

Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta generasi muda, penguasaan teknologi digital menjadi faktor yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan usaha. Kemampuan menggunakan platform digital dapat membantu memperluas jangkauan pasar tanpa batasan wilayah, sekaligus juga memudahkan dalam menjangkau konsumen di berbagai daerah secara lebih efisien. Dengan demikian, produk yang dihasilkan memiliki peluang lebih besar untuk lebih dikenal secara luas dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Fitrudin et al., 2025; Hendra et al., 2025). Kemudian, transformasi digital juga berkontribusi dalam meningkatkan daya saing melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih kreatif. Pelaku usaha dapat memanfaatkan

berbagai fitur digital, seperti media sosial, marketplace, dan alat desain, untuk menciptakan konten promosi yang menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan pendekatan ini, tidak hanya efisiensi yang dapat tercapai, tetapi juga nilai tambah produk yang mampu menarik minat konsumen secara lebih optimal.

## **2. Peran Canva dalam Demokratisasi Desain Produk Digital**

Kehadiran Canva menjadi terobosan penting dalam membuka akses desain bagi berbagai kalangan, khususnya pelaku usaha yang belum memiliki keahlian teknis di bidang desain grafis. Melalui tampilan yang mudah digunakan dan banyak pilihan template siap pakai, platform ini membantu pengguna membuat konten visual sendiri tanpa perlu mempelajari desain yang rumit (Rusmanto et al., 2025). Dengan demikian, hambatan teknis yang sebelumnya menjadi kendala utama dalam membuat materi visual kini dapat diminimalkan (Dewi et al., 2023; Nugraha et al., 2024). Pemanfaatan Canva ini tidak hanya mempermudah proses pembuatan desain saja, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kualitas estetika produk digital. Desain yang lebih profesional dan konsisten mampu memperkuat identitas visual suatu brand, sehingga produk menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen. Dampaknya, tingkat keterlibatan audiens di berbagai platform media sosial cenderung meningkat, mengingat konten visual yang menarik dapat memiliki daya tarik yang lebih tinggi dalam menarik perhatian dan mendorong interaksi bagi yang melihatnya (Agustini & Arifin, 2024; Karim & Asrani, 2024). Namun selain dapat digunakan untuk kebutuhan promosi, Canva juga berperan dalam pengembangan produk digital yang memiliki nilai ekonomi, seperti e-book, template desain, hingga materi pembelajaran. Kemudahan dalam proses produksi memungkinkan pelaku usaha untuk mengeksplorasi berbagai bentuk produk kreatif yang dapat dipasarkan secara lebih luas melalui platform digital ini. Jika dikembangkan secara strategis, produk-produk tersebut berpotensi menjadi sumber pendapatan yang berkelanjutan (Hallaby et al., 2025; Karomah et al., 2023). Dengan demikian, Canva tidak hanya berfungsi sebagai alat desain, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis digital. Strategi Penjualan dan Distribusi melalui Platform Lynk.id

Lynk.id dapat dimanfaatkan sebagai sarana terintegrasi yang memungkinkan pelaku usaha mengelola berbagai tautan dalam satu halaman, mulai dari katalog produk digital hingga sistem pembayaran. Melalui fungsi tersebut, Lynk.id tidak hanya berperan sebagai penghubung, tetapi juga sebagai etalase digital yang memudahkan konsumen dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi secara lebih praktis dan efisien (Hendra et al., 2025). Kemudahan ini menjadi nilai tambah karena mampu menyederhanakan proses distribusi produk digital tanpa memerlukan banyak platform tambahan. Dalam konteks pembelajaran maupun pengembangan keterampilan digital, penggunaan Lynk.id juga terbukti dapat meningkatkan ketertarikan pengguna. Hal ini disebabkan oleh kemampuannya dalam menyajikan konten yang lebih interaktif, terstruktur, dan mudah diakses, sehingga pengguna tidak merasa kesulitan dalam memahami maupun menjelajahi informasi yang tersedia (Akbar, 2025; Kurniasari, 2025). Dengan demikian, platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi, tetapi juga sebagai media pendukung proses edukasi digital. Sementara itu, jika di lihat dari sisi bisnis, tingkat keberhasilan penjualan produk digital melalui Lynk.id sangat bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan. Penggunaan konten visual yang menarik, seperti desain yang estetik dan informatif, menjadi faktor penting dalam menarik perhatian calon konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga perlu mengikuti tren yang sedang berkembang serta menyesuaikan konten dengan kebutuhan dan preferensi target pasar agar lebih relevan dan kompetitif

(Najatafani, 2025). Nah melalui strategi yang tepat, Lynk.id ini dapat menjadi media yang efektif dalam meningkatkan jangkauan pemasaran sekaligus juga dapat mendorong peningkatan penjualan produk digital.

### **3. Legalitas dan Keamanan Transaksi Digital**

Pada aktivitas penjualan produk digital, aspek legalitas menjadi salah satu hal utama yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha. Transaksi yang dilakukan melalui platform seperti Lynk.id ini pada dasarnya dapat dinilai sah menurut perspektif hukum Islam melalui konsep bai' al-mu'atah. Konsep ini menjelaskan bahwa kesepakatan jual beli tidak selalu harus dilakukan secara lisan, melainkan dapat terjadi melalui tindakan atau sistem digital, selama terdapat kejelasan mengenai produk, harga, serta adanya persetujuan dari kedua belah pihak. Dengan demikian, transaksi digital ini tetap memiliki dasar keabsahan selama tidak mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan (gharar), maupun paksaan (Najwany et al., 2025). Kemudian keabsahan transaksi digital ini juga diperkuat oleh regulasi hukum yang berlaku di Indonesia. Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur berbagai aspek terkait aktivitas digital, termasuk keabsahan dokumen elektronik dan perlindungan terhadap data pengguna. Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memberikan jaminan hak bagi pembeli, seperti hak atas informasi yang jelas, keamanan dalam bertransaksi, serta perlindungan dari praktik usaha yang merugikan. Adanya kedua regulasi tersebut memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen, sehingga transaksi digital ini dapat dilakukan dengan rasa aman, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan (Najwany et al., 2025). Nah dengan adanya landasan hukum yang telah di jelaskan tadi, baik dari perspektif syariah maupun hukum positif di Indonesia, pelaksanaan transaksi digital melalui platform seperti Lynk.id ini tidak hanya praktis, tetapi juga memiliki legitimasi yang kuat. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut agar dapat membangun kepercayaan konsumen serta menjaga keberlangsungan usaha secara berkelanjutan.

### **4. Integrasi Desain dan Strategi Monetisasi**

Kemudahan yang ditawarkan oleh Canva dalam menghasilkan berbagai produk digital memang telah mendorong peningkatan kreativitas dan produktivitas pelaku usaha. Namun demikian, peningkatan jumlah produk tidak selalu diikuti dengan peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek desain saja belum cukup untuk menjamin keberhasilan dalam bisnis digital. Banyak pelaku usaha masih berfokus pada estetika visual tanpa diimbangi dengan pemahaman mengenai bagaimana produk tersebut diposisikan, dipromosikan, dan didistribusikan kepada target pasar yang tepat. Pada konteks ini, diperlukan integrasi yang seimbang antara kemampuan desain dan strategi monetisasi. Pelaku usaha perlu memahami konsep dasar pemasaran digital, seperti penentuan segmentasi pasar, pembuatan konten promosi yang persuasif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan distribusi. Selain itu, penting juga untuk membangun branding yang konsisten agar produk memiliki identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

Pemanfaatan platform seperti Lynk.id ini dapat menjadi solusi praktis dalam mengelola distribusi dan penjualan produk digital. Platform ini memungkinkan pelaku usaha untuk menggabungkan berbagai tautan, termasuk katalog produk dan sistem pembayaran, dalam satu halaman yang mudah diakses. Dengan demikian, proses pembelian menjadi lebih sederhana dan efisien bagi konsumen. Namun, penggunaan platform tersebut tetap harus didukung dengan strategi promosi yang terarah, seperti

optimalisasi bio media sosial dan penggunaan call-to-action yang jelas. Dengan mengombinasikan desain visual yang menarik dan strategi pemasaran yang terencana, pelaku usaha tidak hanya mampu menarik perhatian calon konsumen, tetapi juga meningkatkan konversi penjualan. Oleh karena itu, integrasi antara aspek kreatif dan aspek bisnis menjadi kunci utama dalam memaksimalkan potensi monetisasi produk digital secara berkelanjutan (Najatafani, 2025; Rusmanto et al., 2025).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **1. Pengaruh Transformasi Digital terhadap Keberhasilan Monetisasi Produk Digital**

Transformasi digital adalah proses penggunaan teknologi digital dalam berbagai kegiatan bisnis untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing usaha. Nah di era digital saat ini, transformasi digital menjadi salah satu faktor penting yang dapat membantu pelaku usaha mengembangkan bisnisnya. Melalui teknologi digital, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas, berkomunikasi dengan pelanggan secara lebih cepat, dan memberikan layanan yang lebih baik. Berdasarkan teori technopreneurship, teknologi tidak hanya digunakan sebagai alat bantu dalam menjalankan bisnis, tetapi juga dapat menjadi sumber inovasi yang menciptakan peluang usaha baru. Pemanfaatan teknologi digital ini memungkinkan pelaku usaha memasarkan produknya secara online, mengelola informasi pelanggan dengan lebih baik, dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan data yang tersedia. Hasil penelitian Hidayat et al. (2025), Fitriudin et al. (2025), dan Hendra et al. (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan kinerja usaha, efektivitas pemasaran, dan penjualan produk digital. Oleh karena itu, semakin baik penerapan transformasi digital, maka semakin besar peluang keberhasilan monetisasi produk digital.

H1: Transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

#### **2. Pengaruh Pemanfaatan Canva terhadap Keberhasilan Monetisasi Produk Digital**

Canva merupakan aplikasi desain grafis yang memudahkan pengguna dalam membuat berbagai desain visual secara cepat dan profesional. Platform ini menyediakan berbagai template yang dapat digunakan untuk membuat konten promosi, media sosial, presentasi, e-book, dan berbagai produk digital lainnya tanpa harus memiliki kemampuan desain yang tinggi. Menurut teori visual marketing, tampilan visual yang menarik dapat meningkatkan perhatian dan minat konsumen terhadap suatu produk. Desain yang baik juga dapat meningkatkan citra produk dan memperkuat identitas merek sehingga konsumen lebih percaya terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian Dewi et al. (2023), Agustini dan Arifin (2024), serta Karim dan Asrani (2024) menunjukkan bahwa penggunaan Canva mampu meningkatkan kualitas promosi, memperkuat branding, dan meningkatkan interaksi audiens di media digital. Semakin menarik desain yang dibuat, maka semakin besar peluang produk digital untuk dikenal dan dibeli oleh konsumen. Maka dengan demikian, penggunaan Canva ini diperkirakan dapat meningkatkan keberhasilan monetisasi produk digital.

H2: Pemanfaatan Canva berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

#### **3. Pengaruh Pemanfaatan Platform Lynk.id terhadap Keberhasilan Monetisasi Produk Digital**

Lynk.id merupakan platform digital yang membantu pengguna mengelola berbagai tautan, katalog produk, dan sistem pembayaran dalam satu halaman yang terintegrasi. Platform ini memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk digital

karena konsumen dapat mengakses informasi produk dan melakukan pembayaran dengan lebih praktis. Nah dalam teori pemasaran digital, kemudahan akses informasi dan proses transaksi yang sederhana dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Ketika konsumen merasa mudah dalam melakukan pembelian, kemungkinan mereka untuk kembali membeli produk akan semakin besar. Penelitian Akbar (2025), Kurniasari (2025), dan Hendra et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan platform digital yang terintegrasi dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah transaksi digital. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan dari produk digital. Oleh karena itu, pemanfaatan Lynk.id ini diperkirakan dapat meningkatkan keberhasilan monetisasi produk digital.

H3: Pemanfaatan platform Lynk.id berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

#### **4. Pengaruh Legalitas dan Keamanan Transaksi Digital terhadap Keberhasilan Monetisasi Produk Digital**

Legalitas dan keamanan transaksi digital merupakan faktor penting dalam kegiatan jual beli secara online. Legalitas memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen, sedangkan keamanan transaksi bertujuan melindungi data dan proses pembayaran dari berbagai risiko penyalahgunaan. Menurut teori kepercayaan konsumen (*consumer trust theory*), tingkat kepercayaan konsumen sangat memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen akan lebih nyaman bertransaksi pada platform atau toko digital yang memiliki sistem keamanan yang baik dan memberikan perlindungan terhadap data pribadi mereka. Penelitian Najwany et al. (2025) menunjukkan bahwa keamanan transaksi dan kepastian hukum dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi digital. Ketika kepercayaan konsumen meningkat, peluang terjadinya pembelian juga akan semakin tinggi. Nah dengan demikian, legalitas dan keamanan transaksi digital itu diperkirakan berpengaruh positif terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

H4: Legalitas dan keamanan transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

#### **5. Pengaruh Integrasi Desain dan Strategi Monetisasi terhadap Keberhasilan Monetisasi Produk Digital**

Integrasi desain dan strategi monetisasi merupakan upaya menggabungkan desain produk yang menarik dengan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan nilai jual produk digital. Produk yang memiliki desain menarik akan lebih mudah menarik perhatian konsumen, namun tetap memerlukan strategi pemasaran yang baik agar dapat menghasilkan penjualan yang optimal. Nah dalam teori pemasaran digital dijelaskan bahwa keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk saja, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mempromosikan dan menyampaikan manfaat produk kepada konsumen. Strategi monetisasi dapat dilakukan melalui penentuan harga yang tepat, promosi digital, branding, dan pemanfaatan berbagai platform pemasaran online. Penelitian Najatafani (2025) dan Rusmanto et al. (2025) menunjukkan bahwa kombinasi antara desain visual yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif mampu meningkatkan penjualan serta pendapatan dari produk digital. Oleh karena itu, semakin baik integrasi antara desain dan strategi monetisasi, maka semakin besar peluang keberhasilan monetisasi produk digital.

H5: Integrasi desain dan strategi monetisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

## **6. Pengaruh Transformasi Digital, Pemanfaatan Canva, Pemanfaatan Lynk.id, Legalitas dan Keamanan Transaksi Digital, serta Integrasi Desain dan Strategi Monetisasi terhadap Keberhasilan Monetisasi Produk Digital**

Keberhasilan monetisasi produk digital tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi oleh beberapa faktor yang saling mendukung. Transformasi digital membantu meningkatkan efisiensi dan jangkauan bisnis, hal ini seperti aplikasi Canva yang membantu menciptakan desain yang menarik, marketplace Lynk.id dapat mempermudah distribusi dan transaksi produk, legalitas dan keamanan transaksi meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan integrasi desain dan strategi monetisasi memperkuat efektivitas pemasaran. Nah jika seluruh faktor tersebut diterapkan secara bersamaan, maka peluang keberhasilan monetisasi produk digital akan semakin besar. Hal ini karena produk digital didukung oleh teknologi yang baik, tampilan visual yang menarik, proses transaksi yang mudah, tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi, dan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian Hidayat et al. (2025), Najatafani (2025), dan Rusmanto et al. (2025) menunjukkan bahwa kombinasi berbagai faktor tersebut dapat meningkatkan penjualan dan keberhasilan monetisasi produk digital secara signifikan.

H6: Transformasi digital, pemanfaatan Canva, pemanfaatan Lynk.id, legalitas dan keamanan transaksi digital, serta integrasi desain dan strategi monetisasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan monetisasi produk digital.

### **Metode Penelitian**

Kegiatan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada pengembangan strategi bisnis produk digital berbasis desain menggunakan platform Canva dan distribusi melalui Lynk.id. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena kesenjangan antara kemudahan produksi produk digital dan rendahnya efektivitas monetisasi di pasar. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan model pengembangan dan pemasaran yang optimal agar produk digital memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Tahap awal penelitian dimulai dengan identifikasi masalah dan studi literatur. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber ilmiah seperti jurnal, buku, dan artikel yang relevan dengan strategi pemasaran digital, manajemen produk digital, serta optimalisasi platform link-in-bio. Studi literatur ini menjadi dasar konseptual dalam merancang model penelitian yang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini.

Kemudian juga dilakukan pengumpulan data primer melalui wawancara daring dan observasi terhadap praktisi, seperti kreator digital yang aktif menjual produk melalui platform Lynk.id. Wawancara difokuskan pada analisis kompetitor, strategi promosi melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta teknik penentuan harga produk. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memahami kondisi pasar secara aktual. Berdasarkan hasil pengumpulan data, dilakukan analisis kebutuhan pasar yang menargetkan pelaku UMKM, pelajar, dan mahasiswa. Melalui analisis tersebut ditentukan jenis produk yang akan dikembangkan, contohnya seperti template Instagram dan desain promosi makanan. Tahap berikutnya adalah perancangan dan produksi produk digital menggunakan Canva dengan mempertimbangkan prinsip skalabilitas (produk dapat dijual berulang tanpa biaya tambahan) serta relevansi (desain mengikuti tren dan diperbarui secara berkala). Pada tahap akhir penelitian itu ada formulasi strategi pemasaran dan penjualan. Strategi ini mencakup pembuatan konten promosi berbasis video di media sosial, penggunaan tagline persuasif untuk meningkatkan daya tarik produk, serta penerapan sistem afiliasi atau reseller guna

memperluas jangkauan distribusi. Selain itu, sistem distribusi produk dilakukan secara otomatis melalui platform Lynk.id setelah pembayaran dikonfirmasi.

### **Hasil Penelitian**

Program Temuan dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis data kualitatif, serta diperkuat dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya. Temuan yang disajikan tidak hanya menggambarkan kondisi nyata di lapangan saja, tetapi juga memberikan penjelasan ilmiah yang runtut dan mudah dipahami. Hasil dan pembahasan di terangkan secara terstruktur dan saling terhubung, sehingga mampu menjelaskan secara menyeluruh mengenai proses pengembangan produk digital, peningkatan efisiensi penjualan, penerapan strategi pemasaran, hingga pentingnya aspek legalitas dalam mendukung keberlanjutan usaha pada ekosistem ekonomi kreatif berbasis teknologi digital saat ini.

#### **1. Analisis Kompetensi Desain dan Adaptasi Teknologi Pelaku Usaha Digital**

Hasil analisis penelitian pada aspek ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital yang sangat cepat belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan desain grafis yang cukup. Kondisi tersebut terlihat pada kalangan pemuda dan pelaku UMKM, yang umumnya sudah memanfaatkan teknologi secara digital (Rusmanto et al., 2025). Hal ini terjadi karena masih terbatasnya pelatihan yang sesuai serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya desain dalam proses pemasaran pada era digital. Akibatnya, peluang di bidang ekonomi kreatif digital ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Namun, ada juga hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan dengan berbasis praktik bisa menjadi solusi yang efektif. Salah satunya dengan pelatihan menggunakan Canva yang ada pendampingan secara langsung dan materi yang terstruktur telah terbukti mampu meningkatkan kemampuan digital peserta secara signifikan (Hidayat et al., 2025; Rusmanto et al., 2025). Maka belajar dengan cara praktik secara langsung ini lebih mudah dipahami dibandingkan hanya dengan teori saja.

Canva dinilai efektif karena mudah digunakan. Fitur seperti drag-and-drop dan template siap pakai membantu pengguna membuat desain yang menarik tanpa harus memiliki keahlian khusus (Karim & Asrani, 2024; Kusuma Dewi et al., 2023). Adanya kemudahan ini, siapa saja bisa mulai membuat konten visual dan terlibat langsung dalam dunia kreatif digital. Selain untuk membuat desain, Canva juga membuka peluang untuk mendapatkan penghasilan. Pengguna bisa membuat dan menjual produk digital seperti template desain atau konten visual melalui platform berbasis yang tautan (Harian Disway, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga bisa menjadi kreator yang memperoleh pendapatan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa Canva dapat meningkatkan kualitas promosi, kreativitas, dan kemandirian pelaku usaha (Nugraha et al., 2024). Bentuk Desain juga berperan penting dalam menarik perhatian konsumen. Penggunaan warna yang konsisten, pilihan huruf yang tepat, dan tata letak yang rapi dapat membuat produk terlihat lebih menarik dan mudah dikenali (Agustini & Arifin, 2024). Selain itu, penggunaan teknologi untuk desain digital juga membuat pelaku usaha lebih kreatif dan cepat menyesuaikan diri dengan tren pasar. Kemampuan membuat konten visual dengan cepat menjadi keunggulan dalam menghadapi persaingan di dunia digital yang terus berubah. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi desain yang mudah seperti Canva dapat membantu mengatasi keterbatasan keterampilan sekaligus membuka peluang usaha baru. Oleh karena itu, pelatihan dan

pendampingan yang berkelanjutan sangat diperlukan agar pemuda dan pelaku UMKM dapat memanfaatkan peluang ini dengan lebih maksimal.

## **2. Efisiensi Penjualan dan Digitalisasi Etalase melalui Lynk.id**

Hasil observasi dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa penggunaan Lynk.id sebagai etalase digital dapat membuat proses penjualan menjadi lebih efisien. Platform ini memungkinkan pelaku usaha menggabungkan berbagai tautan produk, katalog, dan sistem pembayaran dalam satu halaman (Akbar, 2025; Hendra et al., 2025). Maka dengan begitu, konsumen tidak perlu membuka banyak link, sehingga proses membelinya menjadi lebih cepat dan praktis. Penggunaan satu link utama di media sosial juga terbukti dapat meningkatkan peluang terjadinya penjualan (Kurniasari, 2025; Najatafani, 2025). Hal ini karena konsumen lebih mudah dalam mengakses informasi produk tanpa hambatan. Selain itu, tampilan produk yang rapi dalam satu halaman dapat membuat usaha terlihat lebih profesional dan meningkatkan kepercayaan pembeli.

Keberhasilan penjualan produk digital juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar (Quora, 2024). Jika produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka peluang untuk terjual akan lebih besar. Pada hal ini, Lynk.id tidak hanya berfungsi sebagai tempat menjual, tetapi juga bisa digunakan untuk melihat respon pasar dan menyesuaikan produk yang ditawarkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan etalase digital dapat meningkatkan kecepatan pelayanan, menghemat biaya operasional, dan memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas dengan lokasi (Hendra et al., 2025). Pelaku usaha bisa melayani konsumen kapan saja tanpa harus memiliki toko dalam bentuk fisik.

Selain itu, Lynk.id juga membantu meningkatkan kemampuan digital pelaku usaha karena mudah digunakan dan tidak memerlukan keahlian teknis yang tinggi (Akbar, 2025). Hal ini memudahkan pemula maupun pelaku UMKM untuk mulai berjualan secara online. Maka dalam temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam bisnis (*technopreneurship*) dapat membantu pelaku usaha menjalankan usahanya dengan lebih efisien sekaligus meningkatkan pemasaran pada era digital saat ini (Hidayat et al., 2025). Secara demikian, dengan memanfaatkan platform seperti Lynk.id, pelaku usaha dapat membangun bisnis yang lebih modern, fleksibel, dan mampu bersaing di era digital.

## **3. Strategi Pemasaran Digital dan Monetisasi Produk**

Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan dalam menghasilkan keuntungan dari produk digital tidak hanya bergantung pada desain yang menarik, tetapi juga pada cara memasarkan produk tersebut. Desain yang bagus saja tidak cukup jika tidak didukung dengan strategi pemasaran yang tepat. Sebaliknya, jika keduanya digabungkan dengan baik, peluang untuk meningkatkan penjualan akan lebih besar. Penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram terbukti efektif untuk memperkenalkan produk kepada lebih banyak orang. Konten video pendek, terutama yang menampilkan proses pembuatan produk (*behind the scenes*), dapat menarik perhatian dan membuat audiens lebih tertarik. Hal ini karena audiens bisa melihat secara langsung proses kreatif dalam membuatnya, sehingga lebih percaya dan paham dengan produk tersebut (Karomah et al., 2023).

Selain itu, penggunaan tagline yang menarik dan mudah diingat juga penting untuk menarik minat konsumen. Tagline membantu menyampaikan pesan produk dengan jelas. Pada sisi lain, menjaga konsistensi branding seperti warna, gaya desain, dan cara berkomunikasi juga sangat penting, agar produk mudah dikenali dan dipercaya oleh konsumen. Strategi lain yang bisa digunakan adalah sistem afiliasi atau reseller. Melalui cara ini, produk bisa dipasarkan oleh orang lain, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih

luas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Sistem ini juga membantu meningkatkan penjualan karena lebih banyak pihak yang ikut dalam mempromosikan produk.

Kemudian dengan menggabungkan konten kreatif dan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan nilai jual produk. Konten yang menarik perlu didukung dengan cara penyebaran yang tepat, seperti memilih waktu posting yang sesuai, menggunakan hashtag yang relevan, dan melakukan evaluasi terhadap performa konten (Fitrudin et al., 2025). Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam desain dan strategi pemasaran digital harus berjalan bersama. Keduanya saling melengkapi untuk menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pelaku usaha digital perlu menguasai keduanya agar dapat bersaing dan berkembang di pasar yang persaingan semakin kompetitif.

#### **4. Perspektif Hukum dan Keamanan Dalam Transaksi Digital**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi produk digital melalui platform seperti Lynk.id ini sudah memiliki dasar hukum yang jelas, baik itu menurut hukum Islam maupun hukum yang berlaku di Indonesia. Hal ini penting karena adanya kepastian hukum dapat membuat penjual dan pembeli merasa lebih aman dan percaya saat bertransaksi secara online. Dalam hukum Islam, transaksi digital yang dilakukan tanpa komunikasi langsung tetap dianggap sah. Kondisi tersebut termasuk dalam konsep bai' al-mu'atah, yaitu jual beli yang terjadi melalui tindakan, seperti pembeli langsung membayar dan penjual menyediakan produk. Nah selama syarat jual beli terpenuhi seperti adanya penjual dan pembeli, barang yang jelas, serta harga yang saling disepakati maka transaksi tersebut diperbolehkan (Najwany et al., 2025). Pada aspek ini yang penting, transaksi tidak mengandung unsur penipuan, riba, atau informasi yang tidak jelas.

Sementara itu, dalam hukum di Indonesia, transaksi digital juga dilindungi oleh aturan seperti UU ITE dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Aturan ini menyatakan bahwa transaksi online itu sah secara hukum, dan konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas serta perlindungan atas data pribadinya (Najatafani, 2025). Dengan adanya aturan ini, pengguna platform digital jadi lebih terlindungi dari hal-hal yang dapat merugikan mereka. Selain itu, keamanan dalam sistem transaksi digital ini juga sangat penting. Platform seperti Lynk.id biasanya sudah memiliki sistem pembayaran yang aman dan perlindungan data bagi penggunaannya, sehingga risiko penipuan atau kebocoran data bisa dikurangi. Informasi produk yang jelas, seperti harga dan deskripsi, juga membantu meningkatkan kepercayaan pembeli. Melalui hasil ini dapat dikatakan bahwa keberhasilan transaksi digital tidak hanya bergantung pada kemudahan teknologi, tetapi juga pada adanya aturan hukum yang jelas, keterbukaan terhadap informasi, dan perlindungan bagi konsumen. Hal-hal tersebut penting untuk membangun kepercayaan dan mendukung perkembangan bisnis di era digital saat ini.

#### **5. Analisis Terhadap Tantangan dan Keberlanjutan Bisnis**

Peluang bisnis produk digital ini memanglah sangat besar, Namun ada beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa pelaku usaha masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu masalah utamanya adalah persaingan yang sangatlah ketat. Banyak orang menjual produk yang mirip, sehingga pelaku usaha harus punya keunikan agar produknya bisa menarik perhatian konsumen. Selain itu, tren desain juga cepat berubah, jadi pelaku usaha harus selalu mengikuti perkembangan, agar produknya tidak tertinggal dan tetap diminati. Oleh karena itu, penting untuk terus berinovasi, misalnya dengan memperbarui desain atau membuat variasi produk baru secara rutin. Selain persaingan yang ketat, kemampuan dalam pemasaran digital juga masih menjadi kendala. Banyak pelaku usaha

sudah bisa membuat produk, namun belum tahu cara memasarkannya dengan baik. Akibatnya, produk yang bagus pun tidak banyak dikenal orang. Cara untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan pelatihan dan pendampingan agar pelaku usaha bisa memahami mengenai bagaimana cara promosi yang efektif, seperti menggunakan media sosial, membuat konten menarik, dan berinteraksi dengan calon pembeli (Fitrudin et al., 2025).

Penelitian ini menjelaskan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh satu hal saja, melainkan pelaku usaha perlu menggabungkan beberapa kemampuan sekaligus. Salah satunya seperti kemampuan desain dan cara menjual produk yang baik. Misalnya, menggunakan Canva untuk membuat desain dan Lynk.id untuk memudahkan penjualan dan distribusi produk. Jika keduanya digunakan dengan baik, bisnis akan lebih efisien dan mudah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar (Hallaby et al., 2025). Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis di era digital ditentukan oleh beberapa faktor yang saling mendukung, yaitu kemampuan teknis, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, dan kepastian hukum. Jika semua faktor ini berjalan bersama dengan baik, pelaku usaha tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga bisa berkembang dan bersaing dalam jangka panjang.

### **Kesimpulan**

Temuan penelitian yang telah di bahas di atas menunjukkan bahwa penggunaan Canva dan Lynk.id sangat membantu dalam membuat dan menjual produk dalam bentuk digital. Canva memudahkan siapa saja, termasuk pemula dan pelaku UMKM, untuk membuat desain yang menarik tanpa harus punya keahlian khusus. Hal ini membuat promosi produk jadi lebih menarik dan profesional. Sementara itu, Lynk.id membantu mempermudah proses penjualan karena semua link produk dan pembayaran bisa dikumpulkan dalam satu halaman. Jadi, pembeli lebih mudah mengakses produk dan melakukan transaksi. Jika desain yang bagus dipadukan dengan strategi pemasaran yang tepat, seperti promosi di media sosial, maka peluang penjualan akan meningkat. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala. Banyak pelaku usaha sudah bisa membuat desain, tetapi belum tahu cara menjualnya dengan baik. Hal ini biasanya karena kurangnya paham terhadap strategi pemasaran digital. Selain itu, persaingan yang ketat dan tren yang cepat berubah juga menjadi tantangan. Secara keseluruhan, keberhasilan bisnis produk digital tidak hanya bergantung pada desain yang menarik, tetapi juga pada kemampuan memasarkan produk, memahami kebutuhan pasar, dan memanfaatkan teknologi dengan baik.

### **Daftar Pustaka**

- Agustini, S., & Arifin, N. Y. (2024). Optimalisasi Strategi Pemasaran: Pemanfaatan Canva untuk Meningkatkan Penjualan Produk dan Jasa. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 1(02), 95–101.
- Akbar, R. M. (2025). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis STEAM Menggunakan Lynk.id Pada Materi Bangun Datar Kelas IV di MIN 3 Jember.
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital. *Webinar Nasional (PROSPEK 2)*.
- Fitrudin, O. A., Asroriah, F., & Muqarrobin, T. F. (2025). Pelatihan Digital Marketing Berbasis Canva Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM di Dusun Sidolaju. *Prosiding SENADIBA V*, 46–53.
- Hallaby, S. F., Yulizar, M., Yuliana, Khatimah, H., & Resita. (2025). Inovasi desain dan pemasaran digital: Pelatihan Canva bagi pemuda/i Gampong Peurada untuk mengembangkan produk digital. *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 421–429.

## Currency:

## Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

---

- Hendra, A., Sardjono, & Ramadan, D. (2025). Digitalisasi UMKM Desa Tunggilis Melalui Pemanfaatan Lynk.id Sebagai Solusi Etalase dan Transaksi Online. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian Dan Edukasi Sekolah*, 5(3).
- Hidayat, M., Bari, U. A., Sinaga, F. A., & Nandapradana, I. (2025). Pelatihan Pembuatan Produk Digital Melalui Penggunaan Platform Canva Bagi Technopreneur Muda. *ETAM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 36–45.
- Industri Kreatif Secara Digital Dengan Optimalisasi Penggunaan Canva dan Tiktok pada UMKM di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. *Jurnal Dimaseta Pengabdian Masyarakat*.
- Karim, A., & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279–285.
- Karomah, N. G., Chalisyah, E., Bakri, Sintesa, N., & Indriany, Y. (2023). Strategi Pengembangan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Dimastara*, 5(1), 46–60.
- Kurniasari, N. (2025). Developing early childhood curiosity: Experiential learning within the framework of constructivist philosophy. *Social Journal of Studies in Education*, 1(01), 48–64.
- Kusuma Dewi, K. R., Padmi Harini, N. N., & Ananta Yoga, P. A. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital. *Webinar Nasional (PROSPEK 2)*.
- Najatafani, B. I. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Efisiensi Penjualan Produk Digital Pada Platform Lynk.id.
- Najwany, H. N., Burairah, A. K., Putri, N. R., Jaenudin, & Herdiana, D. (2025). Akad Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Do It Yourself (DIY) pada Platform Lynk.id. *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(2), 37–43.
- Nugraha, N., Novantara, P., & Nugraha, D. (2024). Eksplorasi Canva: Pelatihan Konten Visual yang Praktis untuk Pemasaran Produk Lokal di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3).
- Quora. (2024). Bagaimana cara membuat produk digital untuk dijual di Lynk.id? <https://id.quora.com/Bagaimana-cara-membuat-produk-digital-untuk-dijual-di-lynk-id>
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan