MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS CANVA TERHADAP MINAT BELAJAR EKONOMI DIGITAL SISWA SMAN 1 PASURUAN

Nailah Mufidah
Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan
nelamufidah04@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dalam dunia pendidikan memberikan peluang untuk memanfaatkan berbagai media pembelajaran yang lebih inovatif, salah satunya adalah platform desain grafis Canva. Pemanfaatan Canva sebagai media pembelajaran dapat menjadikan penyampaian materi lebih menarik melalui visualisasi yang estetis dan fungsional, yang berpotensi meningkatkan minat belajar siswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik Visual (X_1) dan Efektivitas Penyampaian Materi (X_2)—baik secara parsial maupun simultan—terhadap minat belajar ekonomi digital siswa (Y) di SMAN 1 Pasuruan melalui pemanfaatan media pembelajaran berbasis Canva. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMAN 1 Pasuruan yang menempuh materi ekonomi digital, dengan sampel sebanyak 30 responden menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur dengan skala Likert. Analisis data menggunakan program SPSS melalui uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Karakteristik Visual (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belajar ekonomi digital siswa (Sig. $= 0{,}001 < 0{,}05$). Sebaliknya, Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan secara mandiri (Sig. $= 0{,}116 > 0{,}05$). Namun secara simultan, Karakteristik Visual dan Efektivitas Penyampaian Materi dari media Canva berpengaruh sangat signifikan terhadap minat belajar ekonomi digital siswa SMAN 1 Pasuruan (F-hitung $= 207{,}92$; Sig. $< 0{,}001 < 0{,}05$). Nilai *R Square* sebesar 0,939 menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh variabel independen secara bersama-sama adalah sebesar 93,9%.

Kata kunci: Media Pembelajaran Canva, Minat Belajar, Ekonomi Digital

Article history
Received: June 2026
Reviewed: June 2026
Published: July 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

Abstract

The development of digital technology in education provides opportunities to utilize various more innovative learning media, one of which is the YouTube platform. Using YouTube as a learning medium can make material delivery more engaging through a combination of audio and visuals, potentially increasing student learning interest. This study aims to determine the effect of using YouTube as a learning medium on students' interest in learning economics in grade XI social studies at SMA Negeri 1 Pasuruan. This study used a quantitative approach with an ex post facto method. The population was grade XI social studies students at SMA Negeri 1 Pasuruan, with a sample of 30 respondents. Data collection was conducted using a questionnaire with a Likert scale. Data analysis used IBM SPSS Statistics through descriptive statistical tests, classical assumption tests, and simple linear regression analysis. The results showed that using YouTube as a learning medium had a positive and significant effect on students' interest in learning economics. This was demonstrated by a simple linear regression test, with a t-value of 8.200 and a relevant significance value.

***Keywords**: YouTube, Learning Media, Learning Interest, Economics Education*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan. Perubahan ini mendorong dunia pendidikan untuk terus melakukan inovasi dalam menciptakan proses pembelajaran yang efektif, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik saat ini. Kehadiran teknologi digital memberikan peluang bagi pendidik untuk mengembangkan berbagai bentuk media pembelajaran, yang tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dan bermakna bagi siswa.

Salah satu fokus utama pembelajaran modern saat ini adalah penguasaan kompetensi ekonomi digital pada mata pelajaran Ekonomi. Melalui materi ekonomi digital, siswa tidak hanya dituntut memahami konsep dasar ekonomi klasik, tetapi juga harus memiliki pemahaman yang matang mengenai ekosistem transaksi elektronik, *e-commerce*, *fintech*, hingga model bisnis baru berbasis internet. Pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran dapat membantu guru menyajikan materi secara lebih variatif dan memberikan kesempatan kepada siswa untuk memperoleh informasi secara lebih luas.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran adalah penggunaan media pembelajaran berbasis visual dan desain grafis. Menurut Arsyad, media pembelajaran mencakup segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai perantara dalam menyampaikan informasi pembelajaran, sehingga mampu merangsang perhatian, minat, pikiran, dan perasaan peserta didik selama kegiatan belajar. Salah satu platform digital yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh guru adalah Canva. Canva merupakan platform aplikasi desain grafis *online* yang menyediakan berbagai macam alat bantu visual seperti template presentasi, infografis, animasi, dan elemen ilustrasi interaktif untuk mempermudah visualisasi materi ajar.

Pemanfaatan Canva dalam pembelajaran ekonomi digital diduga dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat belajar siswa. Minat belajar merupakan rasa ketertarikan, perhatian, dan keinginan siswa untuk terlibat dalam kegiatan pembelajaran. Siswa yang memiliki minat belajar tinggi cenderung menunjukkan sikap lebih aktif, memiliki rasa ingin tahu yang besar, dan lebih termotivasi dalam mengikuti proses pembelajaran. Ketika siswa tertarik terhadap rangsangan visual dan efektivitas konten media pembelajaran, kemungkinan keterlibatan mereka dalam memahami materi juga akan semakin meningkat.

Meskipun penelitian mengenai penggunaan media pembelajaran digital telah banyak dilakukan, kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada pemisahan dan pengujian dimensi media Canva secara lebih spesifik dan multivariat. Peneliti memadukan aspek Karakteristik Visual (X_1) dan aspek Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) dalam suatu model regresi linear berganda untuk memprediksi Minat Belajar Ekonomi Digital Siswa (Y) secara lebih komprehensif pada ruang lingkup SMAN 1 Pasuruan. Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemanfaatan media pembelajaran berbasis Canva terhadap minat belajar ekonomi digital siswa SMAN 1 Pasuruan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausalitas. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data numerik yang diperoleh melalui instrumen penelitian. Metode kausalitas diimplementasikan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan terikat. Penelitian ini dilaksanakan di SMAN 1 Pasuruan dengan melibatkan dua variabel bebas, yaitu Karakteristik Visual Media Canva (X_1) dan Efektivitas Penyampaian Materi (X_2), serta satu variabel terikat, yaitu Minat Belajar Ekonomi Digital (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa aktif SMAN 1 Pasuruan yang sedang menempuh mata pelajaran Ekonomi pada materi Ekonomi Digital. Sampel penelitian yang digunakan berjumlah 30 responden dengan menggunakan teknik *Sampling Jenuh* (*total sampling*), di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian karena jumlahnya yang relatif terbatas.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) tertutup dengan Skala Likert (rentang skor 1 sampai 5). Instrumen diadaptasi dan dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan indikator-indikator pokok variabel:

- **Karakteristik Visual (X_1)**: diukur melalui kemenartikan perpaduan warna, kenyamanan visual, keterbacaan teks/grafik, dan kerapian tata letak (*layout*).
- **Efektivitas Penyampaian Materi (X_2)**: diukur melalui kemampuan menyederhanakan teori rumit, kecepatan penangkapan maksud penjelasan, keruntutan alur materi, dan efisiensi waktu belajar.
- **Minat Belajar Ekonomi Digital (Y)**: diukur melalui semangat belajar, perasaan senang, ketertarikan mengeksplorasi materi secara mandiri, kesadaran manfaat materi, fokus perhatian, inisiatif mencatat, keberanian bertanya, dan tanggung jawab menyelesaikan tugas.

Data primer yang diperoleh dari 30 responden diolah menggunakan program statistik SPSS. Pengujian instrumen meliputi uji validitas dengan rumus *Pearson Correlation* (syarat r-hitung $> r$-tabel sebesar 0,361) dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* (syarat nilai $> 0{,}60$). Setelah data dipastikan valid dan reliabel, data dilewati melalui tahapan Uji Asumsi Klasik yang meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), uji linearitas, uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF), dan uji heteroskedastisitas (*Uji Glejser*). Tahap akhir analisis menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan persamaan fungsi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Pengujian hipotesis akhir dilakukan melalui Uji t (parsial) dan Uji F (simultan) pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0{,}05$), disertai dengan analisis Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik sebaran data penelitian pada sampel 30 siswa SMAN 1 Pasuruan. Ringkasan pengolahan data menggunakan program SPSS disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Karakteristik Visual (X_1)	30	4,00	19,00	8,70	5,011
Efektivitas Penyampaian (X_2)	30	4,00	19,00	8,63	5,116
Minat Belajar Ekonomi (Y)	30	8,00	40,00	17,93	9,819

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistics (2026)

Berdasarkan Tabel 1, variabel Karakteristik Visual (X_1) mencatat nilai rata-rata sebesar 8,70 dengan standar deviasi 5,011. Variabel Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) memiliki nilai rata-rata sebesar 8,63 dengan standar deviasi 5,116. Sementara itu, variabel Minat Belajar Ekonomi Digital (Y) mencatat nilai rata-rata sebesar 17,93 dengan standar deviasi 9,819, di mana terdapat nilai maksimum absolut yang menyentuh angka 40,00.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. **Uji Normalitas**: Hasil pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,094. Karena nilai $0{,}094 > 0{,}05$, maka residual dalam model regresi ini dinyatakan berdistribusi normal.
2. **Uji Linearitas**: Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi pada baris *Linearity* untuk kedua hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat berada pada angka $< 0{,}001$ ($< 0{,}05$), yang mengindikasikan bahwa model ini memiliki tren kecenderungan pola hubungan yang fungsional-linear.
3. **Uji Multikolinearitas**: Nilai *Tolerance* yang didapatkan sebesar 0,063 ($< 0{,}10$) dan nilai *VIF* sebesar 15,890 ($> 10{,}0$). Angka ini menunjukkan adanya multikolinearitas yang tinggi antara X_1 dan X_2, sebuah fenomena wajar mengingat kedua variabel merupakan dimensi pembentuk dari satu instrumen media digital yang sama (Canva).
4. **Uji Heteroskedastisitas**: Melalui *Uji Glejser*, didapatkan nilai signifikansi variabel X_1 sebesar 0,648 dan variabel X_2 sebesar 0,501. Karena nilai signifikansi $> 0{,}05$, model regresi disimpulkan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh coefficients model regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien B	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
Konstanta	1,413	-	-	-	-
Karakteristik Visual (X_1)	1,397	3,843	2,052	<0,001	H1 Diterima (Signifikan)
Efektivitas Materi (X_2)	0,506	1,422	2,052	0,167	H2 Ditolak (Tidak Signifikan)

Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistics (2026)

Dari hasil di atas, persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah:

$$Y = 1{,}413 + 1{,}397X_1 + 0{,}506X_2$$

Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) membuktikan bahwa Karakteristik Visual (X_1) berpengaruh positif dan signifikan secara mandiri terhadap Minat Belajar (Y) karena nilai $3{,}843 > 2{,}052$ dan Sig. $< 0{,}05$. Sebaliknya, Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial karena nilai $1{,}422 < 2{,}052$ dan Sig.$0{,}167 > 0{,}05$.

Untuk pengujian secara bersama-sama (simultan), hasil analisis *Uji F* disajikan pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Simultan (Uji F)

Model	F-hitung	F-tabel	Sig.	Keterangan
Regression	217,404	3,35	$< 0{,}001$	H3 Diterima (Signifikan Simultan)

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai F-hitung sebesar 217,404 lebih besar dari F-tabel 3,35 dengan tingkat signifikansi $< 0{,}001 < 0{,}05$. Maka H3 diterima, yang berarti Karakteristik Visual (X_1) dan Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Belajar Ekonomi Digital (Y) siswa SMAN 1 Pasuruan.

Besarnya kontribusi variabel independen secara simultan ditunjukkan oleh nilai *Koefisien Determinasi (R Square)* sebesar 0,942. Hal ini menandakan bahwa kolaborasi variabel X_1 dan X_2 mampu menjelaskan variasi perubahan tingkat Minat Belajar Ekonomi Digital (Y) siswa sebesar 94,2%, sedangkan sisa 5,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model riset ini.

Pembahasan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa aspek estetika visual dari media Canva (X_1) memegang peranan krusial dalam memicu minat belajar siswa. Materi ekonomi digital yang sarat skema abstrak (seperti dompet digital dan e-commerce) berhasil disederhanakan melalui kombinasi palet warna kontras, keterbacaan tipografi, dan pemanfaatan elemen grafis dinamis bawaan Canva. Hal ini berhasil memikat atensi awal siswa Gen-Z dan menurunkan tingkat kejenuhan akademik di dalam ruang kelas.

Di sisi lain, tidak adanya pengaruh signifikan secara mandiri pada variabel Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) disebabkan oleh tingginya tingkat kolinearitas antar kedua variabel bebas. Secara psikologis, siswa tidak dapat memisahkan secara terpisah antara kerapian alur penyampaian substansi materi (X_2) dengan keindahan tampilan visual media pembelajaran itu

sendiri (X_1). Struktur pesan materi yang sistematis dan ringkas dinilai sudah melekat secara harmonis (*inheren*) di dalam desain presentasi Canva yang baik. Ketika visualisasi grafisnya buruk, siswa secara otomatis mempersepsikan penyampaian materi menjadi tidak efektif.

Secara simultan, penggabungan elemen estetika desain (X_1) dan bobot konten yang fungsional (X_2) terbukti menghasilkan pengaruh luar biasa mencapai 94,2% dalam mendongkrak ketertarikan afektif, rasa senang, serta keaktifan partisipasi siswa dalam mendalami materi Ekonomi Digital di sekolah.

KESIMPULAN

1. Karakteristik Visual Media Canva (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belajar Ekonomi Digital (Y) siswa di SMAN 1 Pasuruan.
2. Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Belajar Ekonomi Digital (Y) siswa secara mandiri karena pengaruhnya terintegrasi langsung di dalam kekuatan representasi visual media Canva.
3. Karakteristik Visual Media Canva (X_1) dan Efektivitas Penyampaian Materi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Belajar Ekonomi Digital (Y) siswa di SMAN 1 Pasuruan dengan kontribusi kontribusi pengaruh sebesar 94,2%.

Saran

1. Bagi Guru Ekonomi: Disarankan untuk terus meningkatkan kompetensi digital dalam mengoptimalkan fitur kreatif Canva (seperti infografis bergerak, video pendek, dan template modern) serta menjaga keselarasan konten agar slide presentasi dikemas secara ringkas (poin-poin inti) dan tidak padat teks (*text-heavy*).
2. Bagi SMAN 1 Pasuruan: Pihak sekolah diharapkan memfasilitasi program pelatihan berkala seperti workshop *Canva for Education* bagi para guru, serta memastikan stabilitas sarana pendukung digital di kelas seperti proyektor berkualitas tinggi dan jaringan internet.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Mengingat adanya korelasi multikolinearitas yang sangat tinggi antara aspek visual dan konten, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan teknik analisis lain seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk mengurai pengaruh langsung dan tidak langsung, serta memperluas kajian pada variabel afektif/kognitif lainnya di luar model regresi ini.

DAFTAR RUJUKAN

Anjarwati, R., & Purmadi, A. (2025). Efektivitas penyampaian pesan berbasis media presentasi digital pada pembelajaran ekonomi sekolah menengah. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 12(1), 45-56.

Arsyad, A. (2019). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azzahwa, N., & Fatimah, S. (2026). Stimulasi visual dalam pembelajaran digital: Bagaimana desain grafis memicu atensi siswa Gen-Z. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Pembelajaran*, 14(2), 89-102.

Djamarah, S. B. (2015). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lestari, P., Kantun, S., & Herlindawati, D. (2023). Analisis hambatan visualisasi materi ekonomi abstrak melalui PowerPoint konvensional di SMA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17(2), 210-221.

Mufidah, N. (2026). *Pengaruh Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Canva Terhadap Minat Belajar Ekonomi Digital Siswa SMAN 1 Pasuruan*. Skripsi Mini. Pasuruan: Universitas PGRI Wiranegara.

Muliani, F., & Arusman. (2022). Analisis kejenuhan akademik siswa dalam pembelajaran ekonomi kontemporer di era pasca-pandemi. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 3412-3420.

Munir. (2017). *Pembelajaran Digital*. Bandung: Alfabeta.

Pratama, A. R., & Sari, K. N. (2023). Pengaruh efektivitas media pembelajaran berbasis IT terhadap motivasi dan hasil belajar materi e-commerce pada siswa menengah. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 15-28.

Rahmatullah, R., Inanna, I., & Ampa, A. T. (2020). Media pembelajaran audio visual berbasis aplikasi Canva dalam meningkatkan literasi ekonomi digital siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 234-245.

Ramadhani, S. W., Kuncoro, B., & Lestari, T. (2024). Analisis karakteristik visual media presentasi kreatif terhadap atensi dan minat belajar pembelajaran IPS-Ekonomi. *Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS*, 9(1), 50-63.

Rinjani, & Susanto. (2024). Penggunaan YouTube sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan ketertarikan belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Digital*, 5(2), 101-112.

Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sue, M., Wijaya, H., & Utami, P. T. (2026). Pengaruh pemanfaatan media pembelajaran berbasis aplikasi Canva terhadap minat belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi tingkat SMA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (JPEB)*, 14(1), 77-88.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tanjung, R., & Faiza, N. (2022). Canva sebagai media pembelajaran digital untuk meningkatkan minat belajar ekonomi siswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11201-11210.

Uno, H. B. (2021). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Yassha, M., Basyirun, & Putri, A. K. (2024). Pengembangan media infografis digital berbasis diferensiasi konten pada pokok bahasan finansial teknologi (fintech). *Jurnal Inovasi Pembelajaran Ekonomi*, 6(2), 142-155.