

ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI CANVA DI KOTA BATAM MENGGUNAKAN MODEL TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Alson Ferando¹, Federico Tan², Fransisca Theresia³, Sachio Alfonso Fang⁴

1,2,3,4) Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas International Batam, Indonesia

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received: 21 Mei 2026 Revised: 10 Juli 2026 Accepted: 16 Juli 2026	Abstrak Penelitian ini menganalisis penerimaan aplikasi Canva di Kota Batam menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Tujuannya adalah menguji pengaruh Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), dan Intention to Use (IU) terhadap Actual Use (AU) pengguna Canva. Pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional survey digunakan, melibatkan 426 responden yang dipilih melalui stratified proportional random sampling dari populasi 1.394.459 jiwa. Analisis dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS 4 dengan bootstrapping 5.000 subsampel. Hasil menunjukkan empat dari lima hipotesis terbukti signifikan (H1, H2, H4, H5), sementara H3 (PU → AU) ditolak. PEOU terbukti sebagai konstruk paling dominan dengan koefisien jalur tertinggi terhadap AU ($\beta = 0,382$), sekaligus memiliki pengaruh signifikan terhadap PU ($\beta = 0,736$), mengindikasikan bahwa kemudahan antarmuka adalah fondasi utama penerimaan Canva di Batam. Penolakan H3 mengungkap peran mediasi IU dalam jalur PU ke AU. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengembang platform dan institusi pendidikan dalam meningkatkan adopsi teknologi desain digital. Kata Kunci: Technology Acceptance Model, Canva, SEM-PLS, Penerimaan Teknologi, Kota Batam Abstract <i>This study analyzes user acceptance of the Canva application in Batam City using the Technology Acceptance Model (TAM) framework. It examines the influence of Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), and Intention to Use (IU) on Actual Use (AU). A quantitative cross-sectional survey approach was employed with 426 respondents selected through stratified proportional random sampling from a population of 1,394,459. Data were analyzed using SEM-PLS via SmartPLS 4 with 5,000-subsample bootstrapping. Results show that four of five hypotheses were supported (H1, H2, H4, H5), while H3 (PU → AU) was rejected. PEOU emerged as the most dominant construct with the highest path coefficient toward AU ($\beta = 0.382$) and a significant effect on PU ($\beta = 0.736$), indicating that interface ease is the primary driver of Canva acceptance in Batam. The rejection of H3 reveals IU's mediating role in the PU-AU pathway. These findings offer practical implications for platform developers and educational institutions seeking to improve digital design technology adoption.</i> Keywords: Technology Acceptance Model, Canva, SEM-PLS, Technology Acceptance, Batam City

Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)).



Corresponding Author:

E-mail : 24.sachio.fang@uib.edu

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia memproduksi dan mengonsumsi konten visual secara mendasar. Kemampuan komunikasi visual yang sebelumnya hanya dimiliki oleh desainer grafis profesional kini bertransformasi menjadi kebutuhan lintas profesi yang dapat dipenuhi siapa saja melalui platform desain berbasis cloud. Desain grafis, yang secara konvensional dipahami sebagai proses teknis yang mengintegrasikan teks, bentuk, dan gambar untuk menyampaikan pesan visual [1], kini hadir dalam format yang jauh lebih inklusif dan kolaboratif. Di tengah akselerasi transformasi digital global, integrasi teknologi dalam proses desain tidak sekadar mengotomatisasi alur kerja, melainkan juga mendorong lahirnya inovasi baru yang memacu kreativitas dan produktivitas pengguna secara signifikan [8].

Salah satu platform yang paling berhasil merespons pergeseran paradigma ini adalah Canva. Didirikan pada tahun 2012 oleh Melanie Perkins, Cliff Obrecht, dan Cameron Adams di Australia, Canva telah bertransformasi dari aplikasi desain sederhana menjadi ekosistem visual komprehensif yang mencakup pembuatan presentasi, poster, brosur, infografis, konten media sosial, hingga materi pembelajaran digital [2]. Keunggulan kompetitif utama Canva terletak pada antarmuka yang intuitif dan berorientasi pengguna pemula, serta tersedianya ratusan ribu template siap pakai yang dapat dikustomisasi melalui mekanisme drag-and-drop tanpa memerlukan keahlian desain formal [4]. Secara global, Canva mencatat lebih dari 220 juta pengguna aktif bulanan pada tahun 2024, meningkat signifikan dari 135 juta pada 2023, dan telah digunakan di lebih dari 190 negara [12]. Di Indonesia, diperkirakan satu dari setiap tiga belas penduduk telah menggunakan Canva, dengan lebih dari 2,3 juta siswa dan 77.000 guru terdaftar dalam komunitas pendidikan Canva pada tahun 2025 [6].

Kota Batam, sebagai kawasan ekonomi khusus (KEK) yang berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia, memiliki karakteristik demografis dan ekonomi yang unik. Dengan total populasi 1.394.459 jiwa berdasarkan data Disdukcapil Semester 2 tahun 2025, Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan ekonomi digital tertinggi di Kepulauan Riau. Komposisi penduduknya yang didominasi usia produktif dengan intensitas penggunaan perangkat digital tinggi menjadikan Batam sebagai konteks yang sangat relevan untuk mengkaji pola penerimaan teknologi desain berbasis cloud [10, 11].

Meskipun demikian, hingga saat ini belum terdapat penelitian sistematis yang secara spesifik mengkaji bagaimana pengguna di Kota Batam menerima dan mengevaluasi kepuasan mereka terhadap Canva. Penelitian yang ada umumnya dilakukan di lingkungan kampus dengan sampel homogen dan terbatas secara geografis [10, 11]. Kesenjangan inilah yang mendorong studi ini untuk hadir sebagai kontribusi empiris yang spesifik terhadap konteks Kota Batam.

Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini mengadopsi kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan Fred Davis pada tahun 1989 [14]. TAM mempostulatkan bahwa akseptasi suatu sistem digital ditentukan oleh dua konstruk utama: Perceived Usefulness (PU) yang merefleksikan keyakinan pengguna bahwa sistem meningkatkan efisiensi kinerja, dan Perceived Ease of Use (PEOU) yang mencerminkan keyakinan bahwa sistem tidak memerlukan upaya kognitif berlebihan [14]. Dalam penelitian ini, model TAM diperluas dengan menyertakan jalur PEOU → PU untuk menangkap pengaruh tidak langsung kemudahan terhadap persepsi kegunaan, sebuah ekstensi yang telah didukung literatur TAM lanjutan [20]. Kedua konstruk ini bersama-sama membentuk Intention to Use (IU) yang bermuara pada Actual Use (AU) sebagai manifestasi nyata penerimaan teknologi [3].

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan lima hipotesis yang diuji secara empiris: (H1) PU berpengaruh positif signifikan terhadap IU; (H2) PEOU berpengaruh positif signifikan terhadap IU; (H3) PU berpengaruh positif signifikan terhadap AU; (H4) PEOU berpengaruh positif signifikan terhadap AU; dan (H5) IU berpengaruh positif signifikan terhadap AU. Hasil penelitian diharapkan memberikan data berbasis bukti bagi pengembang platform dan institusi pendidikan sebagai acuan strategis dalam meningkatkan kualitas layanan platform desain digital [7, 15].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif empiris dengan paradigma positivistik, yang bertujuan menguji hubungan kausalitas antarvariabel laten secara terukur, objektif, dan dapat direplikasi [1]. Desain penelitian yang diterapkan adalah cross-sectional survey, yakni pengumpulan data dilakukan pada satu titik waktu tertentu menggunakan kuesioner terstruktur yang didistribusikan secara daring melalui Google Form [17]. Pengujian model struktural dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4, yang dipilih karena kemampuannya menangani model dengan konstruk laten majemuk secara simultan dan kesesuaiannya untuk data dengan distribusi non-normal [16].

2.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi target adalah seluruh penduduk Kota Batam yang pernah menggunakan aplikasi Canva minimal satu kali. Berdasarkan data Disdukcapil Kota Batam Semester 2 Tahun 2025, jumlah penduduk tercatat 1.394.459 jiwa, terdiri dari 705.945 jiwa laki-laki (50,63%) dan 688.514 jiwa perempuan (49,37%). Ukuran sampel minimum dihitung menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 5%: $n = N / (1 + N \cdot e^2) = 1.394.459 / (1 + 1.394.459 \times 0,0025) \approx 400$ responden. Penelitian ini berhasil mengumpulkan 450 responden, dan setelah proses pembersihan data (listwise deletion dan eliminasi outlier berbasis deteksi multivariat), diperoleh 426 data valid untuk pengujian. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah Stratified Proportional Random Sampling berdasarkan strata jenis kelamin [17], sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Sampel Berdasarkan Strata Jenis Kelamin

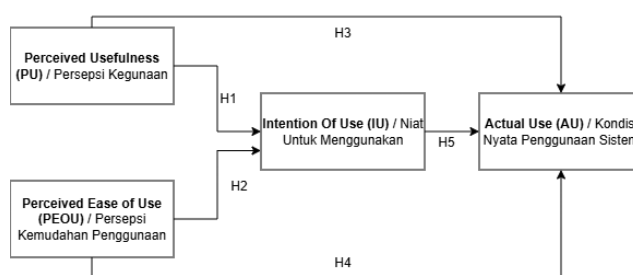
No	Strata Jenis Kelamin	Populasi Asli	Proporsi (%)	Target Sampel
1	Laki-laki	705.945	50,63%	203
2	Perempuan	688.514	49,37%	197
	Total	1.394.459	100%	400

Sumber : [Disdukcapil Kota Batam, Semester 2, 2025](#)

2.3 Model dan Variabel Penelitian

Kerangka konseptual mengadaptasi model TAM dengan empat konstruk laten utama yang saling berkaitan. Perceived Usefulness (PU) diukur melalui tiga indikator yang mencerminkan persepsi percepatan tugas desain, peningkatan kualitas visual, dan efektivitas penyiapan materi. Perceived Ease of Use (PEOU) mencakup empat indikator terkait kemudahan antarmuka, akses fitur, fleksibilitas, dan dukungan kolaborasi. Intention to Use (IU) direpresentasikan oleh empat indikator niat keberlanjutan dan advokasi, sedangkan Actual Use (AU) mencerminkan pemahaman antarmuka dan kepuasan fitur [3, 14]. Model ini juga menyertakan jalur PEOU → PU sebagai ekstensi dari TAM dasar, mengacu pada argumentasi Davis [14] bahwa kemudahan penggunaan secara kognitif mendahului pembentukan persepsi kegunaan, artinya pengguna cenderung menilai sebuah platform bermanfaat justru setelah merasakannya terlebih dahulu. Ekstensi ini relevan untuk konteks Canva yang antarmukanya dirancang sebagai titik masuk utama pengguna baru [3, 20]. Dengan demikian, PU dalam penelitian ini bersifat endogen terhadap PEOU, dan hal ini tercermin pada nilai R^2 PU yang dilaporkan pada Tabel 9.

Gambar 1 memvisualisasikan model konseptual TAM beserta hasil analisis SEM-PLS, termasuk seluruh koefisien jalur dan nilai R^2 masing-masing konstruk endogen.



Gambar 1: Model Konseptual TAM

2.4 Instrumen dan Pengukuran

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Butir-butir pernyataan dikembangkan berdasarkan indikator tervalidasi dalam literatur TAM dan diadaptasi sesuai karakteristik penggunaan Canva [3, 14, 18]. Ringkasan operasionalisasi variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel dan Indikator Penelitian

Kode	Variabel	Jml. Indikator	Contoh Butir Pernyataan
PU	Persepsi Kegunaan	3	Canva mempercepat pembuatan desain; Menggunakan Canva meningkatkan kualitas visual; Canva meningkatkan efektivitas menyiapkan materi presentasi
PEOU	Persepsi Kemudahan Penggunaan	4	Canva mudah digunakan tanpa bimbingan teknis; Fitur mudah ditemukan; Canva sangat fleksibel; Canva memudahkan kolaborasi desain
IU	Niat Penggunaan	4	Berniat terus menggunakan Canva; Bersedia merekomendasikan kepada rekan; Ingin mengajak orang lain berkolaborasi via Canva
AU	Penggunaan Aktual & Kepuasan	2	Memahami seluruh antarmuka Canva dengan baik; Puas dengan fitur dan layanan yang tersedia di Canva

Sumber: Diadaptasi dari Davis [14], Abrory [3], dan Putri et al. [18]

2.5 Teknik Analisis Data

Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai factor loading di atas 0,60 dan Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50. Validitas diskriminan diverifikasi melalui nilai cross-loading factor. Reliabilitas diukur melalui koefisien Cronbach's Alpha ($> 0,60$) dan Composite Reliability ($> 0,70$) [16, 19]. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping pada tingkat signifikansi 10% ($p\text{-value} \leq 0,1$ dan $t\text{-statistik} \geq 1,645$) [3].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Responden

Dari 426 responden yang memenuhi kriteria inklusi, komposisi gender hampir berimbang, selisihnya di bawah lima persen, mengindikasikan Canva digunakan secara merata oleh kedua gender [14]. Kelompok usia 17–20 tahun mendominasi dengan lebih dari dua pertiga total sampel, mencerminkan basis pengguna yang didominasi pelajar dan mahasiswa. Yang menarik justru kehadiran kelompok usia di atas 25 tahun (6,3%) dan karyawan swasta/PNS (22,3%) yang cukup signifikan, menandakan Canva sudah mulai menembus segmen profesional di Batam. Lebih dari tiga perempat responden berlatar belakang SMA/SMK, konsisten dengan dominasi usia 17–20 tahun. Hampir separuh menggunakan versi gratis, menggambarkan bahwa fitur dasar platform sudah memadai bagi mayoritas pengguna [1, 6].

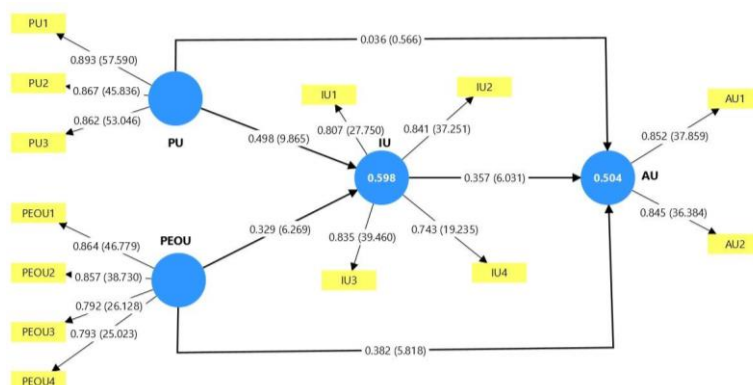
Tabel 3. Profil Responden (N = 426)

Karakteristik	Kategori	n	%
Domisili	Kota Batam	426	100,0
Jenis Kelamin	Laki-laki	222	52,1
	Perempuan	204	47,9
Usia	< 17 Tahun	9	2,1
	17-20 Tahun	279	65,5
	21-25 Tahun	111	26,1
	> 25 Tahun	27	6,3
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	284	66,7
	Karyawan Swasta/PNS	95	22,3
	Wirausaha/Freelance	32	7,5
	Tidak Bekerja	9	2,1
	Ibu Rumah Tangga & Lainnya	6	1,4
Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	10	2,3
	SMA/SMK/Sederajat	319	74,9
	Sarjana S1	97	22,8
	Pascasarjana S2/S3	0	0,0
Versi Canva	Canva Gratis	207	48,6
	Canva for Education	116	27,2
	Canva Pro	85	20,0
	Canva for Teams	18	4,2

Sumber: Data primer, diolah (2026)

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas menggunakan korelasi Pearson dengan batas kevalidan minimal 0,30 pada taraf kepercayaan 99% [17]. Seluruh butir pada keempat konstruk TAM memperoleh nilai korelasi yang jauh melampaui batas minimum (Tabel 4), sehingga instrumen dinyatakan valid secara keseluruhan.



Gambar 2: Model Konseptual TAM Hasil Analisis SEM-PLS

Sumber : SmartPLS 4, 2026

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Konstruk	Butir	Indikator	r Pearson	Ket.
Perceived Usefulness (PU)	PU1	Canva mempercepat pembuatan desain	0,895**	Valid
	PU2	Canva memudahkan proses mendesain	0,877**	Valid
	PU3	Canva meningkatkan kinerja pengguna	0,851**	Valid
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	Canva mudah dipelajari	0,862**	Valid
	PEOU2	Canva mudah digunakan	0,851**	Valid
	PEOU3	Canva sangat fleksibel digunakan	0,799**	Valid
	PEOU4	Canva memudahkan kolaborasi desain	0,793**	Valid
Intention to Use (IU)	IU1	Canva untuk pengalaman desain lebih baik	0,803**	Valid
	IU2	Berniat melanjutkan penggunaan Canva	0,838**	Valid
	IU3	Merekomendasikan Canva kepada orang lain	0,819**	Valid
	IU4	Mengajak teman berkolaborasi via Canva	0,766**	Valid
Actual Use (AU)	AU1	Memahami cara menggunakan Canva	0,837**	Valid
	AU2	Puas dengan fitur dan layanan Canva	0,860**	Valid

Ket: ** bermakna pada taraf kepercayaan 99%. Sumber: Output SPSS, diolah (2026)

Pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha menunjukkan tiga konstruk utama (PU, PEOU, IU) masuk kategori sangat baik ($> 0,80$). AU berada pada kategori dapat diterima dengan Alpha 0,611, wajar karena konstruk ini hanya terdiri dari dua butir;

dalam kondisi demikian, Composite Reliability dari analisis SEM-PLS lebih tepat dijadikan ukuran utama [16].

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Konstruk	Jumlah Butir	Cronbach's Alpha	Kategori
Perceived Usefulness (PU)	3	0,846	Sangat Baik
Perceived Ease of Use (PEOU)	4	0,845	Sangat Baik
Intention to Use (IU)	4	0,819	Sangat Baik
Actual Use (AU)	2	0,611	Dapat Diterima

Sumber: Output SPSS, diolah (2026)

3.3 Analisis Deskriptif Konstruk TAM

Keempat konstruk TAM memperlihatkan pola yang konsisten dan kuat. PEOU mencatat rata-rata tertinggi (4,41), diikuti PU dan AU (keduanya 4,28), dan IU (4,25). Seluruhnya masuk kategori sangat tinggi dengan lebih dari tiga perempat responden memberikan penilaian positif. Pola ini mencerminkan keberhasilan Canva menghadirkan platform yang tidak hanya berguna secara fungsional tetapi juga nyaman secara teknis [2, 7, 15].

Tabel 6. Rata-rata Skor Konstruk TAM (N = 426)

Konstruk	Rata-rata Skor	% Setuju (Skor 4-5)	Kategori
Perceived Usefulness (PU)	4,28	81,7%	Sangat Tinggi
Perceived Ease of Use (PEOU)	4,41	87,6%	Sangat Tinggi
Intention to Use (IU)	4,25	77,9%	Sangat Tinggi
Actual Use (AU)	4,28	83,8%	Sangat Tinggi

Ket: 1,00-2,49 = Rendah; 2,50-3,49 = Sedang; 3,50-4,19 = Tinggi; 4,20-5,00 = Sangat Tinggi.

Sumber: Data primer, diolah (2026)

3.4 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model struktural dilakukan menggunakan SmartPLS 4 dengan metode bootstrapping 5.000 subsample, mencakup evaluasi outer model dan inner model. Validitas konvergen dinilai berdasarkan outer loading dan Average Variance Extracted (AVE) per konstruk. Seluruh 13 indikator memperoleh outer loading di atas 0,70,

berkisar antara 0,743 hingga 0,895 (Tabel 7). Nilai AVE seluruh konstruk melampaui batas 0,50 dan Composite Reliability di atas 0,80 (Tabel 8), mengonfirmasi validitas dan reliabilitas instrumen yang memadai [16].

Tabel 7. Hasil Uji Outer Loadings (N = 426)

Konstruk	Indikator	Pernyataan	Outer Loading	Ket.
Perceived Usefulness (PU)	PU1	Canva mempercepat pembuatan desain	0,895	Valid
	PU2	Canva memudahkan proses mendesain	0,870	Valid
	PU3	Canva meningkatkan kinerja pengguna	0,858	Valid
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	Canva mudah dipelajari	0,861	Valid
	PEOU2	Canva mudah digunakan	0,856	Valid
	PEOU3	Canva sangat fleksibel digunakan	0,796	Valid
	PEOU4	Canva memudahkan kolaborasi desain	0,793	Valid
Intention to Use (IU)	IU1	Canva untuk pengalaman desain lebih baik	0,806	Valid
	IU2	Berniat melanjutkan penggunaan Canva	0,841	Valid
	IU3	Merekomendasikan Canva kepada orang lain	0,835	Valid
	IU4	Mengajak teman berkolaborasi via Canva	0,743	Valid
Actual Use (AU)	AU1	Memahami cara menggunakan Canva	0,852	Valid
	AU2	Puas dengan fitur dan layanan Canva	0,846	Valid

Ket: Batas minimum outer loading = 0,60. Sumber: Output SmartPLS 4, diolah (2026)

Tabel 8. Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Konstruk	AVE	CR (rho_c)	Cronbach's Alpha	Ket.
Perceived Usefulness (PU)	0,765	0,907	0,846	Reliabel
Perceived Ease of Use (PEOU)	0,684	0,896	0,845	Reliabel
Intention to Use (IU)	0,652	0,882	0,821	Reliabel
Actual Use (AU)	0,720	0,837	0,612	Reliabel*

Ket: AVE > 0,50; CR > 0,70; Alpha > 0,60. *Alpha AU lebih rendah karena hanya 2 butir; CR (0,837) sebagai ukuran utama [16]. Sumber: Output SmartPLS 4, diolah (2026)

3.5 Evaluasi Model Struktural dan Uji Hipotesis

Koefisien determinasi (R^2) ketiga konstruk endogen seluruhnya melampaui 0,50 (Tabel 9), mengonfirmasi kemampuan prediksi model yang substansial. Konstruk IU memperoleh nilai tertinggi (0,597), mengindikasikan PU dan PEOU bersama-sama mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi niat penggunaan Canva di Batam [16].

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R-Square)

Konstruk Endogen	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
Perceived Usefulness (PU)	0,542	0,541	Substansial
Intention to Use (IU)	0,597	0,595	Substansial
Actual Use (AU)	0,504	0,501	Substansial

Ket: $R^2 < 0,25$ = lemah; $0,25-0,50$ = moderat; $> 0,50$ = substansial. PU bersifat endogen dalam model ini karena adanya jalur $PEOU \rightarrow PU$ ($\beta = 0,736$; $t = 18,740$).

Sumber: Output SmartPLS 4, diolah (2026)

Pengujian hipotesis melalui bootstrapping pada taraf signifikansi 10% ($t \geq 1,645$; $p \leq 0,10$) menghasilkan keputusan sebagaimana disajikan pada Tabel 10 dan Tabel 11.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Path Coefficients Bootstrapping (N = 426)

H	Jalur	Koef. (O)	Mean (M)	STDEV	T-Statistik	P-Value
H1	PU $\rightarrow$ IU	0,495	0,495	0,051	9,724	0,000
H2	PEOU $\rightarrow$ IU	0,332	0,330	0,053	6,302	0,000
H3	PU $\rightarrow$ AU	0,035	0,036	0,064	0,545	0,586
H4	PEOU $\rightarrow$ AU	0,382	0,381	0,066	5,798	0,000
H5	IU $\rightarrow$ AU	0,358	0,357	0,059	6,048	0,000

Ket: Signifikan jika $t \geq 1,645$ dan $p \leq 0,10$. Sumber: Output SmartPLS 4, diolah (2026)

Tabel 11. Ringkasan Keputusan Hipotesis

H	Jalur	Hipotesis	T-Statistik	Keputusan
H1	PU $\rightarrow$ IU	PU berpengaruh positif terhadap Intention to Use	9,724	Diterima
H2	PEOU $\rightarrow$ IU	PEOU berpengaruh positif terhadap Intention to Use	6,302	Diterima
H3	PU $\rightarrow$ AU	PU berpengaruh positif terhadap Actual Use	0,545	Ditolak

H4	PEOU → AU	PEOU berpengaruh positif terhadap Actual Use	5,798	Diterima
H5	IU → AU	Intention to Use berpengaruh positif terhadap Actual Use	6,048	Diterima

Sumber: Output SmartPLS 4, diolah (2026)

3.6 Pembahasan

Dari keseluruhan pengujian, ada pola yang cukup jelas terbentuk: pengguna Canva di Batam tidak bergerak dari "sadar manfaat" langsung ke "pakai secara aktif", prosesnya lebih berlapis dari itu. H1 dan H2 keduanya diterima dengan t-statistik yang kuat (9,724 dan 6,302), menunjukkan bahwa baik persepsi kegunaan maupun kemudahan penggunaan terbukti mendorong niat. Ini konsisten dengan proposisi dasar TAM [14] dan sejalan dengan temuan Abrory [3] pada mahasiswa di lingkungan serupa.

Yang lebih menarik justru adalah H3 yang ditolak ($t = 0,545$; $p = 0,586$). Secara intuitif, seseorang yang merasakan manfaat nyata sebuah platform seharusnya langsung menggunakannya, tapi data di Batam menunjukkan sebaliknya. Pengaruh PU terhadap AU tidak berjalan secara langsung; ia memerlukan niat sebagai katalis terlebih dahulu. Pola mediasi ini konsisten dengan temuan Aulia et al. [1] yang juga menemukan H3 ditolak dalam konteks Indonesia, dan mengonfirmasi bahwa faktor motivasional (IU) memainkan peran jembatan yang tidak bisa diabaikan dalam rantai kausalitas TAM [14, 20].

H4 diterima dengan koefisien jalur tertinggi di antara semua jalur yang berpengaruh langsung terhadap AU ($\beta = 0,382$). Ini bukan sekadar temuan teknis, ini menggambarkan sesuatu yang konkret: ketika antarmuka Canva terasa mudah, pengguna langsung menggunakannya secara rutin. Tidak perlu melewati pertimbangan panjang soal manfaat. Kemudahan terasa, penggunaan terjadi. Bagi mayoritas responden yang berlatar belakang usia 17–20 tahun dan tumbuh di ekosistem digital, sensitivitas terhadap kompleksitas antarmuka memang lebih tinggi [5, 13], dan Canva tampaknya berhasil menyentuh titik keseimbangan itu.

H5 diterima ($t = 6,048$), melengkapi rantai kausalitas TAM secara keseluruhan: PU dan PEOU membangun IU, yang kemudian menggerakkan AU. Data frekuensi penggunaan memperkuat ini, lebih dari delapan puluh persen responden menggunakan Canva secara rutin dalam enam bulan terakhir [9, 11]. Tingginya apresiasi pada indikator kolaborasi (PEOU4 dan IU4) juga memberi sinyal bahwa Canva sudah bertransformasi

dari alat desain pribadi menjadi ekosistem kerja tim [4, 12]. Fakta bahwa segmen profesional dan wirausaha memberikan penilaian positif yang setara dengan kelompok pelajar menunjukkan relevansi Canva melampaui batas ruang kelas, relevan pula untuk komunitas bisnis di Batam [1, 18].

4. SIMPULAN

Ada satu benang merah yang cukup jelas dari keseluruhan pengujian ini: masyarakat Batam tidak sekadar menerima Canva, mereka sudah mengintegrasikannya ke dalam keseharian. Keempat konstruk TAM yang diuji pada 426 responden seluruhnya berada pada kategori sangat tinggi, dengan PEOU sebagai konstruk paling dominan (4,41). Nilai R^2 substansial pada ketiga konstruk endogen ($IU = 0,597$; $AU = 0,504$) menunjukkan model TAM mampu menjelaskan penerimaan Canva dengan baik di konteks Batam. Dari lima hipotesis yang diuji, empat terbukti signifikan ($H1, H2, H4, H5$) dan satu ditolak ($H3$). Penolakan $H3$ justru memberikan wawasan paling berharga: persepsi kegunaan tidak cukup sendiri untuk mendorong penggunaan aktual, ia memerlukan niat sebagai katalis. Kemudahan antarmuka Canva, lebih dari sekadar kegunaannya, adalah fondasi utama penerimaan platform ini, terutama di kalangan generasi muda yang mendominasi sampel dan paling sensitif terhadap kompleksitas teknis [5, 13]. Ketersediaan program Canva for Education turut memperkuat adopsi di lingkungan akademik, sementara tingginya apresiasi pada indikator kolaborasi menegaskan bahwa Canva sudah bertransformasi dari alat desain pribadi menjadi ekosistem kerja tim yang relevan bagi komunitas akademik maupun profesional di Kota Batam.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada dominasi responden berlatar SMA dan usia 17–20 tahun. Penelitian selanjutnya dapat memperluas segmentasi ke kelompok profesional dan pelaku usaha kreatif, serta menambahkan variabel moderasi seperti pengalaman penggunaan sebelumnya atau literasi digital sebagai konstruk tambahan.

REFERENCES

- [1]. E. R. Aulia, D. D. Candra, dan L. Wardani, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Canva di Indonesia Menggunakan Metode TAM," *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 1, hlm. 128–140, Jul. 2023, doi: 10.46576/djtechno.v4i1.3313.
- [2]. G. A. Rizanta dan M. Arsanti, "Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Masa Kini," dalam *Prosiding Seminar Nasional Daring: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (SENADA)*, vol. 2, no. 1, hlm. 560–568, 2022.

- [3]. M. W. Abrory, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Fitur Magic Studio Aplikasi Canva Pada Lingkup Mahasiswa Menggunakan Metode TAM," *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITAS)*, vol. 4, no. 1, hlm. 168–177, Des. 2024, doi: 10.33005/sitasi.v4i1.761.
- [4]. J. E. P. Pedroso, R. V. S. Sulleza, K. H. M. C. Francisco, A. J. O. Noman, dan C. A. V. Martinez, "Students' Views on Using Canva as an All-In-One Tool for Creativity and Collaboration," *Journal of Digital Learning and Distance Education*, vol. 2, no. 2, hlm. 443–461, Jul. 2023, doi: 10.56778/jdlde.v2i1.117.
- [5]. R. Hidayat, Y. Andriyani, M. Husnah, I. Sinaga, R. Avelia, D. Maisarah, W. Fentika, dan N. Wulandari, "Evaluating the Usability of Canva Among University Students in Pekanbaru Using the WEBUSE Method," *Journal of Applied Informatics and Computing (JAIC)*, vol. 9, no. 5, hlm. 2687–2694, Okt. 2025, doi: 10.30871/jaic.v9i5.10351.
- [6]. Canva, "Unveiling Our First-Ever Local Brand Campaign in Indonesia: 'Canva-in Aja'," Canva Newsroom, Des. 2024. [Daring]. Tersedia: <https://www.canva.com/newsroom/news/indonesia-brand-campaign/>
- [7]. A. D. Anggraeni dan H. J. Pentury, "Empowering Students' 21st Century Skills through Canva Application," *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, vol. 8, no. 1, hlm. 50–57, Mar. 2022, doi: 10.33394/jk.v8i1.4391.
- [8]. I. P. D. Priyatna, N. K. A. Suwastini, dan G. R. Dantes, "College Students' Perception of Using Canva in English Writing Class," *Indonesian Journal of Educational Research and Review*, vol. 6, no. 1, hlm. 9–17, Apr. 2023, doi: 10.23887/ijerr.v6i1.57231.
- [9]. H. Anggraini, R. G. Guntur Alam, dan A. K. Hidayah, "Analysis of Canva and Gamma User Satisfaction Among Students Using the System Usability Scale (SUS) Method," *JSai: Journal Scientific and Applied Informatics*, vol. 8, no. 2, hlm. 321–325, Jun. 2025, doi: 10.36085/jsai.v8i2.8214.
- [10]. A. T. Sasongko, M. Ekhsan, dan M. Fatchan, "Dataset on Technology Acceptance in E-Learning: A PLS-SEM Analysis Using Extended TAM Among Undergraduate Students in Indonesia," *Telematics and Informatics Reports*, vol. 18, 2025, doi: 10.1016/j.teler.2025.100192.
- [11]. D. Dadi, "Pembelajaran Berbasis Visual dengan Quizizz dan Desain Grafis Canva," *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, vol. 1, no. 4, hlm. 446–452, Des. 2023, doi: 10.31004/ijim.v1i4.51.
- [12]. Canva, "2025 Global Outlook: What's Top of Mind for Canva Leaders," Canva Newsroom, Jan. 2025. [Daring]. Tersedia: <https://www.canva.com/newsroom/news/international-trends-2025/>
- [13]. A. Ortiz-López, J. C. Sánchez-Prieto, dan S. Olmos-Migueláñez, "Perceived Usefulness of Mobile Devices in Assessment: A Comparative Study of Three Technology Acceptance Models Using PLS-SEM," *Journal of New Approaches in Educational Research*, vol. 13, hlm. 1–23, 2024, doi: 10.1007/s44322-023-00001-6.
- [14]. F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, hlm. 319–340, Sep. 1989, doi: 10.2307/249008.
- [15]. R. Pratama, M. Alamsyah, M. F. Siburian, G. Marhento, dan Jupriadi, "Pemanfaatan Canva Sebagai Media Pembelajaran IPA di Madrasah Aliyah," *EduBiologia: Biological Science and Education Journal*, vol. 3, no. 1, hlm. 40–46, 2023, doi: 10.30998/edubiologia.v3i1.16070.
- [16]. J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, dan M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2022.
- [17]. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- [18]. M. Putri, Z. H. IL, J. A. Alim, dan M. D. Anggriani, "Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Efektivitas Penggunaan Canva dalam Mendesain Presentasi Kuliah," *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, vol. 1, no. 3, hlm. 222–233, Sep. 2025, doi: 10.62567/ijosse.v1i3.1303.
- [19]. M. Sarstedt, C. M. Ringle, dan J. F. Hair, "Partial Least Squares Structural Equation Modeling," dalam *Handbook of Market Research*, C. Homburg, M. Klarmann, dan A. Vomberg, Eds. Cham: Springer, 2022, hlm. 587–632, doi: 10.1007/978-3-319-57413-4_15.
- [20]. I. S. Latif, R. E. Saputro, dan A. S. Barkah, "Technology Acceptance Model TAM Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling PLS-SEM: A Systematic Literature Review," *Journal of Information Systems and Informatics*, vol. 7, no. 2, 2025, doi: 10.51519/journalisi.v7i2.1104.