

SCALE UP MOBILE VEGETABLE VENDORS IN PALANGKA RAYA CITY THROUGH FINANCIAL LITERACY AND DIGITAL MARKETING MENTORING

Syamsuri^{1*}, Solikah Nurwati¹, Okta Malinda¹, Sri Mujiarti Ulfah¹

¹Universitas Palangka Raya, Indonesia

*Corresponding Author: syamsuri79@fisip.upr.ac.id

Article Info

Article History:

Received December 6, 2025

Revised December 20, 2025

Accepted December 25, 2025

Keywords:

Empowerment;
Mobile Vegetable Vendors;
Financial Literacy;
Digital Marketing

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan memberikan wawasan dan pengetahuan tentang literasi keuangan, penentuan harga yang kompetitif, manajemen keuangan yang baik, bagaimana mempacking ikan dan sayuran yang higienis serta menarik, bagaimana memilih strategi pelayanan dan pemasaran yang tepat dan membuat inovasi teknologi dengan mengikuti *trend* sekarang seperti aplikasi pesan antar atau social media, meningkatkan profitabilitas dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan berkelanjutan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan skema Pengabdian Dosen Pendamping Pemberdayaan Masyarakat ini dilaksanakan di Komunitas Pedagang Sayur Keliling Berkah Bersama, Kota Palangka Raya. Adapun pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dalam berbagai metode yaitu Sosialisasi dan Pelatihan Literasi Keuangan, Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan *Digital Marketing*, Pelatihan Manajemen Strategi Pelayanan dan Pemasaran yang Tepat Guna, serta Pelatihan dan Pendampingan keterampilan menganalisis penentuan harga yang kompetitif dan bagaimana cara pengelolaan, pengemasan produk yang baik sehingga produk terlihat segar dan menarik daya minat pembeli untuk meningkatkan profitabilitas. Metode penyampaian penuluhan pelatihan yang digunakan yaitu dengan metode Ceramah, Dialog interaktif dan demo praktik langsung penggunaan aplikasi digital marketing.

ABSTRACT

This community service program aims to provide insight and knowledge about financial literacy, competitive pricing, sound financial management, how to hygienically and attractively package fish and vegetables, how to choose the right service and marketing strategies, and how to create technological innovations by following current trends such as delivery apps or social media. This Community Service activity, under the Community Empowerment Assistance Lecturer Service scheme, was conducted at the Berkah Bersama Mobile Vegetable Vendor Community in Palangka Raya City. The activities were implemented using various methods: Financial Literacy Socialization and Training, Training and Mentoring on the Use of Digital Marketing, Training on Appropriate Service and Marketing Strategy Management, and Training and Mentoring on skills in analyzing competitive pricing and how to manage and package products properly so that they appear fresh and attract buyers to increase profitability. The training delivery methods used were lectures, interactive dialogues, and hands-on demonstrations on the use of digital marketing applications.

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article
under the CC-BY-SA license



How to cite: Syamsuri, S., Nurwati, S., Malinda, O., & Ulfah, S. M. (2025). SCALE UP MOBILE VEGETABLE VENDORS IN PALANGKA RAYA CITY THROUGH FINANCIAL LITERACY AND DIGITAL MARKETING MENTORING. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(4), 937–948. <https://doi.org/10.55681/devote.v4i4.5220>

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara agraris dan tergolong penduduk terbanyak di dunia, Sebagian besar penduduk di Indonesia adalah masyarakat miskin (tidak mampu) yang mengharuskan masyarakat untuk lebih giat lagi dalam melakukan pekerjaan untuk mendapat hasil yang cukup atau yang disebut dengan penambahan pendapatan. Hal ini yang menjadi dorongan hidup untuk setiap anggota keluarga bekerja terutama wanita ikut berperan dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Beberapa motivasi wanita bekerja pada industri rumah tangga pangan adalah karena pendapatan rumah tangga kurang, mengisi waktu luang yang kosong, ingin mencari uang sendiri, dan ingin mencari pengalaman (Yulian Arta. dkk, 2015).

Di Palangka Raya sendiri rata-rata para ibu-ibu yang tadinya ibu rumah tangga biasa, kini beralih menjadi pedagang sayur keliling, walau ada juga pedagang sayur keliling dari kalangan laki-laki. Tetapi kebanyakan adalah ibu-ibu. Ini dikarenakan tuntutan kebutuhan ekonomi mereka yang kurang berkecukupan. Pedagang sayur keliling adalah salah satu bentuk usaha eceran yang termasuk dalam daftar

eceran bukan toko (penjualan langsung) tetapi menjualkan barang kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran, umbi-umbian, buah-buahan dan ikan yang dijual secara langsung kepada konsumen pengguna akhir (Fitriani, 2021). Penjual sayur keliling biasanya menggunakan gerobak dan ada yang menggunakan sepeda motor untuk menjajal dagangannya ke rumah-rumah, penjual sayur keliling membeli sayuran segar dari para petani kemudian dijual kembali dengan mengendarai sepeda motor yang telah dimodifikasi dengan tambahan keranjang pada bagian belakang sepeda motornya untuk meletakkan sayurannya. Selanjutnya, pedagang sayur keliling menjual produknya di kawasan yang padat penduduk, ditandai dengan banyaknya kawasan pemukiman penduduk sehingga pedagang dengan mudah untuk memasarkan dagangan mereka di tempat-tempat yang ramai.

Pedagang sayur keliling di Palangka Raya beroperasi fleksibel baik malam maupun harian di pemukiman. Mereka bisa meraih pendapatan bersih hingga Rp 250 per hari, jauh lebih tinggi dari pedagang tetap. Namun mereka menghadapi tantangan seperti kualitas sayuran, risiko kerusakan, dan kerentanan terhadap perubahan cuaca dan pasokan. Salah satu hambatan utama adalah tidak adanya fasilitas penyimpanan pendingin, meningkatkan risiko sayur cepat layu. Dan tantangan lainnya yaitu adanya persaingan dengan pedagang di pasar tradisional maupun pasar modern sehingga mempengaruhi pendapatan, keterbatasan modal pun jadi salah satu kendala, fluktuasi harga sayurpun juga kerap menjadi kendala lainnya, sehingga kadang kala mengurangi jumlah pembeli. Tuntutan untuk melihat peluang lainnya adalah hal penting dalam keseharian para pedagang sayur agar tetap bisa bertahan.

Kemampuan melihat peluang adalah modal dalam memunculkan ide awal untuk dapat bertahan dalam wirausaha sayuran ini. Namun, tidak semua orang mampu melihat peluang apalagi memanfaatkannya, begitu juga dengan kemampuan melihat peluang tidaklah sama pada setiap orang. Seseorang yang telah mengenal potensi diri yang dimilikinya lebih cenderung memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Peluang bisnis adalah kesempatan yang tepat yang seharusnya diambil atau dimanfaatkan bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan keuntungan, tidak semua orang dapat melihat peluang tersebut dan yang sudah melihatnya juga belum tentu berani memanfaatkan (Made Dharmawati, D. Hajjah, 2006).

Dunia bisnis telah berkembang pesat dari tahun ke tahun daya saing semakin tinggi, hal ini dipicu oleh semakin berkembangnya kebutuhan akan barang dan jasa. Setiap pelaku bisnis bersaing untuk menghasilkan produk bagus dan terbaik bagi konsumen, oleh karena itu pelaku bisnis haruslah mampu berfikir agar bisnisnya berkembang (Maryati, 2020). Perkembangan teknologi informasi akhir-akhir ini pun terus mengalami kemajuan. Ditandai dengan bertambahnya pengguna internet dikalangan masyarakat hal ini tentu menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis. Semakin maraknya kehadiran aplikasi online semakin banyak pula produk-produk yang dipasarkan online salah satunya adalah produk sayur. Kehadiran sistem jual beli online pada produk sayuran guna untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sayur dirumah tanpa harus berbelanja ke pasar. Masyarakat palangka raya pun sudah mengikuti trend jual beli online untuk produk-produk tertentu. Maka dari itu, inilah peluang buat mereka untuk mulai beralih ke penjualan *online* dengan tidak meninggalkan penjualan secara *offline*.

Pemasaran secara *online* merupakan upaya terbaru dalam peningkatan penjualan. Bauran pemasaran merupakan keterpaduan perencanaan kegiatan pemasaran melalui empat komponen, yaitu produk, harga, promosi, dan distributor yang digabungkan bersama-sama (Malau, 2017). Pemasaran elektronik (*e-marketing*) dapat dianggap sebagai sebuah pandangan baru dan praktik bisnis yang modern berkaitan dengan pemasaran barang, jasa, information, dan ide melalui internet serta perangkat elektronik lainnya (El-gohary, 2010). Periklanan yang merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran yang mendorong hadirnya suatu produk yang dipromosikan (Tjiptono, 2015). Strategi pemasaran merupakan alat dasar yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan yang mengembangkan keunggulan kompetitif melalui pasar yang dimasukinya dengan melalui program pemasaran yang digunakan untuk target pasar tersebut (Tambajong, 2013). Dalam hal ini pemasaran sayuran yang dilakukan adalah kegiatan komunikasi antara seorang pedagang sayur keliling atau pemilik sayur dengan pelanggan untuk menjual sayurannya. Sehingga strategi pemasaran sayuran merupakan serangkaian kegiatan yang diselenggarakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga dengan menggunakan strategi yang tepat penjualan sayuran akan mengalami peningkatan.

Pengabdian ini membuka mata dan pikiran para pedagang sayur keliling untuk dapat mengatasi berbagai persoalan yang mereka sering hadapi diantaranya yaitu memberikan sosialisasi dan pelatihan bagaimana menentukan harga yang kompetitif, manajemen keuangan

yang baik serta bagaimana memilih strategi pelayanan dan pemasaran yang tepat dan membuat inovasi teknologi dengan mengikuti trend sekarang seperti aplikasi pesan antar atau social media untuk memperluas jangkauan pasar dengan memberikan pelatihan digital marketing.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan skema Program Dosen Pendamping Pemberdayaan Masyarakat ini dilaksanakan di Komunitas Pedagang Sayur Keliling Berkah Bersama, yang beralamatkan di Jalan Pajajaran Panarung, Kota Palangka Raya. Waktu pelaksanaannya sendiri sesuai dengan *planning*, *timeline* yang sudah ditentukan. Adapun pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dalam berbagai metode yaitu Sosialisasi dan Pelatihan Literasi Keuangan, Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Digital Marketing, Pelatihan Manajemen Strategi Pelayanan dan Pemasaran yang Tepat Guna, serta Pelatihan dan Pendampingan keterampilan menganalisa penentuan harga yang kompetitif dan bagaimana cara pengelolaan, pengemasan produk yang baik sehingga produk terlihat segar dan menarik daya minat pembeli untuk meningkatkan profitabilitas. Metode penyampaian penyuluhan pelatihan yang digunakan yaitu dengan metode Ceramah, Dialog interaktif dan demo praktik langsung penggunaan aplikasi digital marketing. Adapun tahapan lengkapnya adalah sebagai berikut :

- 1) Persiapan/Perencanaan; dalam tahap ini tim Pengabdian Universitas Palangka Raya melakukan observasi dan wawancara dengan perwakilan Komunitas Pedagang Sayur Keliling Berkah Bersama. Selanjutnya membentuk tim kerja masing-masing kegiatan, menyusun rundown acara, menyiapkan materi dan panduan kegiatan, menyiapkan undangan, menyiapkan daftar hadir peserta, menyiapkan tempat dan media kegiatan berkoordinasi dengan mitra, menyiapkan logo dan poster, buku saku, dan menyiapkan angket untuk *pre-test* dan *post-test*.
- 2) Pelaksanaan Kegiatan; Tim melakukan sosialisasi dan pelatihan pengetahuan tentang literasi keuangan, pelatihan dan pendampingan keterampilan menganalisa penentuan harga yang kompetitif serta bagaimana cara pengelolaan dan pengemasan produk. Target peserta adalah pedagang sayur keliling di kota palangka Raya. Peserta akan diberikan sosialisasi dan pelatihan tentang literasi keuangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para pedagang sayur tentang bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Kelompok mitra berperan untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan ini. Lamanya waktu pendampingan yang dibutuhkan pada kegiatan ini adalah 1 hari mencakup didalamnya untuk langsung mempraktikkan bagaimana membuat laporan keuangan, praktik langsung pengelolaan dan pengemasan produk, serta diakhir peserta di uji pemahamannya dengan diberikan kuesioner untuk mengetahui kedalaman pemahaman peserta dan keberhasilan program. Kemudian pelatihan dan pendampingan penggunaan digital marketing serta pelatihan manajemen strategi pelayanan dan pemasaran yang tepat guna dengan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pedagang mengenai manajemen bisnis dan keterampilan usaha dengan digital marketing, Kelompok mitra berperan untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini.
- 3) Output Kegiatan. Selain tenaga yang terampil dalam mengolah usaha dengan meningkatnya profitabilitas, yang paling utama output dalam kegiatan pengabdian ini yaitu penjualan produk tidak hanya sebatas konsumen lokal secara offline tetapi juga bisa menjangkau lebih luas lagi dengan penjualan online, peningkatan pengetahuan mengenai strategi manajemen bisnis dan keterampilan usaha dengan membentuk tim pemasaran, serta pengetahuan tentang strategi peningkatan profitabilitas dari pengelolaan keuangan serta pengemasan produk yang dijual.
- 4) Evaluasi dan Monitoring Keberlanjutan Program
Evaluasi kegiatan dilaksanakan agar sesuai dengan target yang diharapkan. Evaluasi kegiatan meliputi evaluasi pelaksanaan tahapan-tahapan kegiatan, keefektifan metode pelaksanaan kegiatan sampai dengan evaluasi kemajuan luaran yang akan dicapai serta evaluasi hasil produk olahan yang sudah dibuat nantinya. Padasetiap pelatihan dan pendampingan dibagi kuesioner yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemanfaatan dari adanya pelatihan dan pendampingan ini. Jawaban kuesioner dihitung dengan menggunakan skor angka dari 1-5. Selain itu, evaluasi untuk pelatihan pengetahuan strategi dalam manajemen bisnis dan keterampilan usaha dengan pemanfaatan digital marketing, serta pengetahuan menganalisa hasil pengelolaan keuangan, pengelolaan produk, serta investasi publik dalam peningkatan profitabilitas dari peralihan antara penjualan online dan penjualan offlinenya. dilakukan dengan membagikan kuesioner berupa jawaban benar dan salah. Evaluasi dari kegiatan yang

sudah berlangsung dan keberlanjutan program akan dilaksanakan secara terus menerus secara berkala dengan melakukan pendampingan tim pemasaran produk dalam pengelolaan pemasaran yang keberlanjutan, serta memberikan semangat wirausaha terhadap pedagang untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan kesejahteraan.

- 5) Pelaporan. Pada tahap pelaporan meliputi kegiatan yang menyusun laporan kegiatan program diantaranya laporan kemajuan, laporan pertanggungjawaban penggunaan anggaran, laporan akhir dan pembuatan luaran-luaran yang sudah dijanjikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra sasaran dalam pengabdian ini adalah para pedagang sayur keliling yang beroperasi di kota palangka raya, tergabung dalam komunitas berkah bersama, beralamatkan di Jl. Pajaran Panarung Palangka Raya.



Gambar 1. Mitra sasaran dalam pengabdian ini adalah para pedagang sayur keliling di Palangka Raya.

Pelatihan ini dilakukan pada salah satu fasilitas publik yang ada di sekitar tempat tinggal penduduk, di jalan Anggur Kelurahan Pahandut Kelurahan Pahandut Kota Palangka Raya, dengan jumlah khalayak sasaran adalah penjual sayur keliling diwilayah tersebut sebanyak 26 orang, jumlah pedagang laki laki 8 orang sedangkan jumlah pedagang perempuan 18 orang . Tahap pertama pada hari pertama yaitu Pelatihan Usaha yang disampaikan oleh Dosen Ekonomi Universitas Palangka Raya. Kegiatan ini memperkenalkan konsep literasi keuangan, penetapan harga, pengelolaan keuangan, dan pengemasan menarik untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. Kegiatan ini memberikan paparan mengenai bagaimana menentukan harga jual yang tepat, yakni dengan menggunakan lima strategi: markup biaya (tambah 20-30% dari biaya produksi), harga kompetitor (sesuaikan dengan tetangga), nilai yang dirasakan (harga premium untuk sayur organik), harga dinamis (naik saat ramai), dan harga rendah untuk pasar awal. Penjelasan ini diperkuat dengan simulasi penentuan harga barang. Selain itu materi pelatihan diperkuat dengan bagaimana mengelola keuangan usaha dengan efektif, yakni dengan 3 tahap, buat anggaran sederhana, kelola modal kerja, pisahkan keuangan. Materi selanjutnya adalah bagaimana pengemasan jualan yg menarik dan fungsional.



Gambar 2. Pelatihan Usaha Kepada Pedagang Sayur Keliling

Selesai pelatihan dilaksanakan, maka tahap selanjutnya adalah pendampingan kepada pedagang sayur keliling, mulai dari pembukuan sederhana, pencatatan pengeluaran dan pemasukan, kemudian pengemasan barang dagangan agar barang dagangan menarik dan tetap fresh, kalaupun ada jualan sisanya maka ada teknik agar barang tetap segar. Pelatihan hari kedua adalah pelatihan Digital Marketing, yang disampaikan oleh dosen ekonomi universitas Palangka Raya. Kegiatan pelatihan *Digital Marketing untuk Pedagang Sayur Keliling* dilaksanakan sebagai bagian dari program *Dosen Pendamping Pemberdayaan Masyarakat* Universitas Palangka Raya. Sasaran kegiatan ini adalah para pedagang sayur keliling di Kota Palangka Raya yang selama ini menjalankan usahanya secara konvensional tanpa memanfaatkan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi awal, seluruh peserta belum pernah menggunakan media sosial, *e-commerce*, maupun aplikasi perpesanan sebagai sarana promosi dan penjualan. Aktivitas pemasaran masih mengandalkan komunikasi langsung dari rumah ke rumah, sehingga jangkauan pelanggan sangat terbatas dan pendapatan belum optimal.

Melalui kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada konsep dasar *digital marketing*, seperti pentingnya identitas usaha di dunia digital, pembuatan akun bisnis di WhatsApp dan Facebook, serta strategi sederhana mempromosikan dagangan melalui konten foto dan testimoni pelanggan. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami manfaat pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pembeli, terutama untuk pelanggan tetap di kawasan perumahan dan perkantoran.

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan lanjutan untuk membantu peserta menerapkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan. Beberapa peserta sudah mulai memanfaatkan WhatsApp Business untuk mencatat pesanan dan mengatur pengantaran, serta membagikan daftar sayur harian melalui grup pelanggan. Meskipun masih dalam tahap awal, kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital pedagang sayur keliling serta menumbuhkan motivasi mereka untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi sebagai langkah menuju peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi.



Gambar 3. Tim Pengabdian UPR Praktik Pendampingan Membungkus Sayur

Tahap evaluasi adalah dengan memberikan kuesioner kepada warga yang mengikuti pelatihan dari hari pertama hingga terakhir dan dilakukan guna mengetahui tingkat kebermanfaatan diadakannya pelatihan bagi pedagang sayur keliling, sebelum dilaksanakan pelatihan dilakukan pretest untuk melihat kondisi awal peserta. Berdasarkan hasil pretest yang diberikan kepada peserta pelatihan, yang hasil jawaban peserta pretest ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.4 Hasil Pretest Peserta Sebelum Pelatihan Pedagang Sayur Keliling

No.	Pertanyaan	Jawaban		% %	
		Belum Pernah (orang)	Sudah Pernah (orang)	Belum Pernah	Sudah Pernah
1.	Apakah Bpk/Ibu pernah mengikuti pelatihan yg berkaitan dgn pengelolaan keuangan utk usaha dagang? Apabila sudah pernah kapan pelatihan itu dilakukan?	26	0	100%	0
2.	Apakah Bpk/Ibu selalu melakukan pencatatan setiap hari atas jumlah uang yg dibelanjakan utk pembelian barang dagangan?	26	0	100	0
3.	Apakah Bpk/Ibu selalu melakukan pencatatan setiap hari atas jumlah uang hasil penjualan barang dagangan?	26	0	100	0
4.	Apakah Bpk/Ibu melakukan pencatatan utk pengeluaran biaya yg berkaitan dgn kegiatan pembelian barang dan penjualan barang?	26	0	100	0
5.	Apakah Bpk/Ibu pernah mempacking/membungkus sayur atau ikan segar dalam kemasan?	26	0	100	0
6.	Apakah Bpk/Ibu rutin menghitung keuntungan setiap hari dari jualan sayur keliling?	26	0	100	0
7.	Pernahkah Bpk/Ibu menggunakan HP utk memasarkan barang dagangan?	9	17	34,62	65,38
8.	Apakah Bpk/Ibu selalu menyisihkan hasil penjualan/keuntungan utk ditabung?	12	14	46,15	53,85
No.	Pertanyaan	Jawaban		% %	
		Ya (orang)	Tidak (orang)	Ya	Tidak
9.	Menurut Bpk/Ibu membuat pencatatan pembelian & penjualan itu penting?	26	0	100%	0
10.	Apakah sayur/ikan yang dibungkus rapi/dlm kemasan plastik lebih disukai pembeli?	26	0	100%	0
11.	Apakah Bpk/Ibu selalu memisahkan antara uang pribadi dengan uang hasil jualan?	26	0	100%	0
No.	Pertanyaan	Jawaban		% %	
		Benar (orang)	Salah (orang)	Benar	Salah

12.	Menurut Bpk/Ibu menawarkan dagangan melalui HP bisa bikin dagangan lebih cepat laku?	26	0	100%	0
13.	Apakah sayur/dagangan yg kelihatan kotor dan berantakan, pelanggan jadi malas beli?	26	0	100%	0
14.	Menurut Bpk/Ibu menjual sayur sebaiknya harga lebih murah sedikit dari pedagang lain supaya pembeli tdk beralih ke pedagang lain?	26	0	100%	0
		Jawaban		%	
		Ikut-Ikutan (orang)	Modal + keuntungan (orang)	Ikut-Ikutan	Modal + keuntungan
15.	Bgmn Bpk/Ibu menentukan harga jual barang dagangan(sayur/ikan)?	26	0	100%	0

Sumber: jawaban peserta sebelum pelatihan, 2025

Hasil jawaban pretest sebanyak 26 orang peserta sebelum pelatihan, diperoleh gambaran bahwa mayoritas pedagang sayur keliling masih memiliki tingkat pemahaman dan praktik pengolahan keuangan usaha yang sangat rendah. Seluruh peserta (100%) mengaku belum pernah mengikuti pelatihan terkait literasi keuangan maupun pengelolaan keuangan usaha dagang.

Adapun kebiasaan dalam mencatat transaksi keuangan harian juga belum terbentuk. Sebanyak 100% peserta tidak melakukan pencatatan harian atas uang yang dibelanjakan untuk membeli barang dagangan, dan 100% tidak mencatat jumlah uang hasil penjualan setiap harinya. Begitu pula dengan pencatatan pengeluaran lain yang berkaitan dengan aktivitas usaha, seluruh peserta (100%) belum melakukan. Kondisi ini berimplikasi pada lemahnya kemampuan pedagang dalam menilai kinerja usaha mereka. Hal tersebut terlihat dari 100% peserta yang tidak pernah menghitung keuntungan secara rutin setiap hari. Meskipun demikian, terdapat 46,15% peserta yang sudah memiliki kebiasaan menyisihkan sebagian hasil penjualan atau keuntungan untuk ditabung, sementara 53,85% lainnya belum memiliki kebiasaan tersebut, dan ini berdampak mereka tidak memisahkan uang pribadi dengan uang hasil jualan (100%). Namun, seluruh peserta memiliki kesadaran bahwa pencatatan pembelian dan penjualan merupakan hal penting (100%), ini menunjukkan adanya modal kesadaran dasar yang kuat untuk meningkatkan literasi keuangan mereka di masa depan.



Secara umum, hasil pretest ini menegaskan bahwa masih terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan praktik nyata dalam pengelolaan keuangan usaha. Pelatihan literasi keuangan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk membangun kebiasaan finansial yang lebih sehat, produktif, dan berlanjut bagi para pedagang sayur keliling.

Adapun hasil pretest strategi penetapan harga dan pengemasan barang dagangan sayur keliling menunjukkan bahwa dalam hal penentuan harga jual barang dagangan, seluruh pedagang sayur (100%) masih menerapkan pola “ikut-ikutan harga”. artinya harga jual sayur dan ikan yang mereka tawarkan sepenuhnya mengikuti pedagang lain tanpa mempertimbangkan perhitungan biaya, margin keuntungan, ataupun strategi pemasaran yang matang. Sebagian besar beranggapan bahwa menjual sedikit lebih murah dari pedagang lain merupakan cara terbaik agar pembeli tidak beralih ke kompetitor. Di sisi lain, aspek pengemasan barang dagangan juga menjadi tantangan tersendiri. Seluruh peserta (100%) mengaku belum pernah melakukan pengemasan atau pembungkusan sayur dan ikan segar dalam bentuk kemasan menarik dan higienis. Padahal, mereka juga menyadari bahwa barang dagangan yang dibungkus rapi dan bersih lebih disukai pembeli (100%), sementara dagangan yang terlihat kotor dan berantakan membuat pelanggan enggan membeli (100%).



Temuan ini memperlihatkan bahwa para pedagang sebenarnya memiliki kesadaran terhadap perilaku dan preferensi konsumen, namun belum memiliki keterampilan dan kebiasaan untuk menerapkannya dalam praktik usaha sehari-hari. Dengan demikian, pelatihan literasi keuangan yang diberikan menjadi penting untuk mengubah pola pikir “sekedar ikut” menjadi strategi dagang yang lebih terencana, kreatif, dan berdaya saing.

Adapun pemanfaatan teknologi dalam marketing, atau digital marketing menunjukkan pemanfaatan HP sebagai sarana pemasaran masih sangat terbatas di kalangan pedagang sayur keliling. Dari seluruh peserta, hanya 34,62% yang pernah menggunakan HP untuk memasarkan dagangan, sementara 65,38% lainnya belum pernah melakukannya. seluruh peserta (100%) sepakat bahwa menawarkan dagangan melalui HP dapat membuat barang jualan lebih cepat laku. Esadaran ini menunjukkan bahwa para pedagang sebenarnya menyadari potensi teknologi digital, namun belum memiliki kemampuan dan kebiasaan untuk memanfaatkannya secara optimal.



Berdasarkan hasil posttest setelah pelatihan yang diberikan kepada peserta pelatihan, jawaban peserta pelatihan ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel. 1.5 Hasil Posttest Peserta Setelah Pelatihan Pedagang Sayur Keliling

No.	Pertanyaan	Jawaban		% Penting (orang)	
		Penting (orang)	Tidak Penting (orang)	Penting	Tidak Penting
1.	Pendapat Bpk/ Ibu: pentingkah pelatihan literasi keuangan dan digital marketing untuk pedagang sayur keliling?	26	0	100 %	0
No.	Pertanyaan	Jawaban		% Paham (orang)	
		Paham (orang)	Kurang Paham (orang)	Paham	Kurang Paham
2.	Setelah mengikuti pelatihan: apakah Bpk/Ibu memahami materi yang disampaikan oleh pemateri pelatihan?	24	2	92 %	8 %
3.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi: bagaimana melakukan pencatatan utk pengeluaran biaya yg berkaitan dgn kegiatan pembelian barang dan penjualan barang dagangan Bpk/Ibu”?	24	2	92 %	8 %
4.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi: bagaimana mengemas ikan & sayur dengan menggunakan plastik wrap supaya barang dagangan lebih higienis dan rapi serta lebih segar?	24	2	92 %	8 %
5.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi: bagaimana menetapkan harga barang dagangan Bpk/Ibu?	23	3	88 %	12 %
6.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi: bagaimana menghitung keuntungan serta mencatatnya utk barang dagangan Bpk/Ibu?	24	2	92 %	8 %
7.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi: bagaimana memanfaatkan digital marketing utk memasarkan barang dagangan Bpk/Ibu?	23	3	88 %	12 %
8.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi: Pentingnya menyisihkan hasil penjualan/keuntungan utk ditabung atau utk mengantisipasi kebutuhan yang tidak terduga?	24	2	92 %	8 %
9.	Apakah Bpk/Ibu memahami materi pentingnya memisahkan antara uang pribadi dengan uang hasil jualan?	24	2	92 %	8 %
No.	Pertanyaan	Jawaban		% Bisa (orang)	
		Bisa (orang)	Tidak Bisa (orang)	Bisa	Tidak Bisa
10	Apakah Bpk/Ibu sudah bisa membuat pencatatan utk pengeluaran biaya yg berkaitan dgn kegiatan pembelian	24	2	92 %	8 %

	barang dan penjualan barang dagangan Bpk/Ibu”?				
11.	Apakah Bpk/Ibu sudah bisa membungkus/ mengemas ikan & sayur dengan menggunakan plastik wrap supaya barang dagangan lebih higienis dan rapi serta lebih segar?	23	3	88 %	12 %
No.	Pertanyaan	Jawaban		%	
		Sudah (orang)	Belum (orang)	Sudah	Belum
12..	Setelah pelatihan: apakah Bpk/Ibu sudah membuat catatan utk pengeluaran biaya yg berkaitan dgn kegiatan pembelian barang dan penjualan barang dagangan?	24	2	92 %	8 %
13.	Apakah Bpk/Ibu telah mengemas ikan & sayur dengan menggunakan plastik wrap supaya barang dagangan lebih higienis dan rapi serta lebih segar?	18	8	69 %	31 %
14.	Apakah Bpk/Ibu telah melakukan perhitungan dalam menetapkan harga barang dagangan Bpk/Ibu?	23	3	88 %	12 %
15.	Apakah Bpk/Ibu telah rutin menghitung dan mencatat keuntungan setiap hari dari jualan sayur keliling?	23	3	88 %	12 %
16.	Apakah Bpk/Ibu telah memanfaatkan digital marketing (penggunaan HP) utk memasarkan barang dagangan Bpk/Ibu?	20	6	77 %	23 %
17.	Apakah Bpk/Ibu telah menyisihkan hasil penjualan/keuntungan utk ditabung atau utk mengantisipasi kebutuhan yang tidak terduga?	23	3	88 %	12 %
18.	Apakah Bpk/Ibu telah memisahkan antara uang pribadi dengan uang hasil jualan?	24	2	92 %	8 %
		Jawaban		%	
		Ada peningkatan (orang)	Tidak Ada (orang)	Ada peningkatan (orang)	Tidak Ada (orang)
19.	Setelah pelatihan: apakah ada perubahan/ peningkatan hasil penjualan barang dagangan Bpk/Ibu?	26	0	100%	0

Sumber: jawaban peserta sebelum pelatihan, 2025

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa **seluruh peserta (100%) menyatakan kegiatan pelatihan ini sangat penting** bagi pengembangan usaha mereka, khususnya dalam meningkatkan kemampuan mengelola keuangan dan memasarkan produk secara digital. Dari sisi pemahaman materi, sebagian besar peserta

menunjukkan tingkat pemahaman yang sangat baik. Sebanyak **92% peserta memahami materi** tentang pentingnya pencatatan pengeluaran dan penjualan, serta cara menghitung keuntungan usaha. Selain itu, **92% peserta juga memahami** cara mengemas ikan dan sayur menggunakan *plastik wrap* agar lebih higienis, rapi, dan segar. Pemahaman terhadap cara menetapkan harga barang dagangan dan memanfaatkan digital marketing juga tergolong tinggi, masing-masing sebesar **88% dan 88% peserta**.

Dari aspek penerapan, hasil survei menunjukkan adanya perubahan positif dalam perilaku usaha peserta setelah pelatihan. Sebanyak **92% peserta telah rutin melakukan pencatatan pengeluaran dan penjualan**, serta **88% sudah mampu menghitung dan mencatat keuntungan setiap hari**. Dalam hal pengemasan produk, **66% peserta telah menerapkan teknik pengemasan dengan plastik wrap**, yang menandakan adanya peningkatan kesadaran terhadap higienitas dan kualitas dagangan. Selain itu, **77% peserta telah memanfaatkan digital marketing**, seperti penggunaan HP untuk memasarkan produk, sehingga jangkauan penjualan menjadi lebih luas. Dari sisi pengelolaan keuangan pribadi, **88% peserta telah mulai menyisihkan sebagian keuntungan untuk ditabung** atau digunakan dalam kondisi mendasar, serta **92% peserta telah memisahkan uang pribadi dengan uang hasil penjualan**, menunjukkan peningkatan disiplin keuangan yang signifikan.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak yang sangat positif terhadap peningkatan kapasitas usaha peserta. Hal ini dibuktikan dengan **100% peserta menyatakan terjadi peningkatan hasil penjualan setelah mengikuti pelatihan**. Dengan demikian, pelatihan literasi keuangan dan digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, dan pengelolaan usaha pedagang sayur keliling.



Gambar 6. Tim Pengabdian UPR foto bersama dengan warga dan Pemberian Sertifikat Pelatihan ke warga

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik, mulai dari tahap persiapan bahan dan alat hingga proses monitoring dan evaluasi. Keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan RT setempat, masyarakat yang terlibat dalam kegiatan/ mitra pelatihan berpartisipasi aktif serta kerjasama tim pengabdian yang solid. Melalui kegiatan ini, pemahaman peserta mengenai literasi keuangan dan pengelolaan keuangan meningkat, sehingga mereka mampu menjalankan usaha secara berkelanjutan dan berpotensi untuk terus berkembang.

Saran

Diharapkan bahwa peserta yang mengikuti program ini secara berkelanjutan sehingga mereka dapat berkembang dengan baik dan mendapat banyak manfaat dari pelatihan ini. Diharapkan akan ada kegiatan lanjutan untuk pendampingan pengelolaan keuangan yang lebih detail serta mendesain kemampuan marketing pedagang sayur keliling. Selain itu, terdapat juga saran untuk kegiatan yang akan datang agar dapat memanfaatkan limbah nanas untuk olahan lainnya agar dapat diolah menjadi produk yang bernilai lebih ekonomis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis bersyukur bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dan Pendamping Pemberdayaan Masyarakat tentang *Scale Up Pedagang Sayur Keliling Di Kota Palangka Raya Melalui Pendampingan Literasi Keuangan Dan Digital Marketing* terlaksana dengan baik maka dari itu kami menghaturkan terima kasih kepada :

1. BAPAK Rektor melalui Kepala LPPM Universitas Palangka Raya yang telah memberikan dukungan dana secara penuh dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang kami lakukan
2. Ketua dan Wakil Ketua RT serta Pedagang Sayur Keliling terutama yang ada di Jalan dr. Murnani Kota Palangka Raya.
3. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada Pedagang Sayur Keliling di Kota Palangka Raya.

DAFTAR PUSTAKA

- El-gohary, H. (2010). E-Marketing - A literature Review from a Small Businesses Perspective. *Int. J. Bus. Soc. Sci.*
- Fitriani, E. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Produk Melalui Pemasaran Online Pada Pedagang Sayur Keliling Griya Bukit Mas Bandung. *Jurnal Pintra Abdimas*.
- Kasim, M. (2004). *Petunjuk Menghitung Keuntungan dan Pendapatan Usaha tani*. Banjarbaru: Universitas Lambung Mangkurat.
- Made Dharmawati, D. Hajjah. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV Alfabeta.
- Maryati. (2020). *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*. Cirebon: Syntax Computama.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di Pt. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *J. EMBA*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Bisnis Pemasaran*.
- Yulian Arta. dkk. (2015). Analisis Pendapatan Wanita Pedagang Sayur mayor (Studi Kasus Di pasar Arengka Panam Di Kota Pekanbaru). *Jom Faperta*.