



Peran Literasi Numerasi dalam Meningkatkan Pengelolaan Pendapatan Pedagang Takjil di Kecamatan Stabat

Muhammad Fadhil Romadhon¹ Rani Theresya Hutabarat² Mika Debora Hutasoit³ M Joharis Lubis⁴

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4}

Email: dhildhonn180@gmail.com¹ ranihutabarat2019@gmail.com² mikadeborahs@gmail.com³ joharis@unimed.ac.id⁴

Abstract

This study aims to examine the role of numeracy literacy in increasing the effectiveness of income management for takjil traders in Langkat Regency, especially in Stabat District, Perdamaian Village. In the context of small businesses, the ability to calculate accurately both for capital, profit, selling price, and cash flow is the key to business sustainability. However, many traders do not yet have adequate numeracy understanding, which has a direct impact on the efficiency and sustainability of their businesses. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to active takjil traders during the month of Ramadan. The results of the study indicate that numeracy literacy greatly influences strategic financial decision-making. It is recommended to use technology such as digital financial recording applications and intensive training to improve the numeracy literacy skills of small business actors.

Keywords: Numeracy Literacy, Takjil Traders, Income Management, Digital Financial Applications, Small Businesses

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran literasi numerasi dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan pendapatan pada pedagang takjil di Kabupaten Langkat, khususnya di Kecamatan Stabat, Kelurahan Perdamaian. Dalam konteks usaha kecil, kemampuan menghitung secara tepat baik terhadap modal, keuntungan, harga jual, hingga arus kas merupakan kunci keberlangsungan bisnis. Namun, banyak pedagang yang belum memiliki pemahaman numerasi yang memadai, yang berdampak langsung pada efisiensi dan keberlanjutan usaha mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada pedagang takjil aktif di bulan Ramadan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi numerasi sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan finansial yang strategis. Disarankan penggunaan teknologi seperti aplikasi pencatatan keuangan digital serta adanya pelatihan intensif untuk meningkatkan kemampuan literasi numerasi para pelaku usaha kecil.

Kata Kunci: Literasi Numerasi, Pedagang Takjil, Pengelolaan Pendapatan, Aplikasi Keuangan Digital, Usaha Kecil



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia saat ini sangat bergantung pada sektor informal dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar luas di berbagai daerah. Salah satu bentuk usaha mikro yang sangat mencolok keberadaannya adalah pedagang takjil yang muncul setiap bulan Ramadan. Takjil, sebagai makanan atau minuman ringan untuk berbuka puasa, menjadi kebutuhan pokok masyarakat muslim selama bulan suci. Fenomena ini bukan hanya bagian dari tradisi keagamaan dan budaya lokal, tetapi juga menjadi momen penting dalam perputaran ekonomi masyarakat menengah ke bawah. Di Kabupaten Langkat, khususnya di Kecamatan Stabat, Kelurahan Perdamaian, aktivitas jual beli takjil menjadi pemandangan umum setiap sore menjelang berbuka puasa. Para pedagang takjil, baik yang bersifat musiman maupun yang



menjadikan usaha ini sebagai sumber penghasilan tetap, memiliki peranan penting dalam menunjang ekonomi lokal. Namun di balik geliat tersebut, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh para pedagang, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan pendapatan. Salah satu permasalahan yang mencolok adalah rendahnya tingkat literasi numerasi di kalangan pedagang takjil. Literasi numerasi tidak hanya berarti kemampuan dasar menghitung, tetapi mencakup pemahaman yang lebih luas seperti menghitung modal usaha, menentukan harga jual yang tepat, menghitung laba bersih dan kotor, membuat perencanaan anggaran, serta mencatat arus kas masuk dan keluar. Tanpa pemahaman ini, pedagang rentan mengambil keputusan bisnis secara intuitif tanpa didasari perhitungan yang matang, yang berpotensi merugikan usaha mereka sendiri.

Sebagai contoh, banyak pedagang menetapkan harga jual secara sembarangan tanpa memperhitungkan harga bahan baku, tenaga kerja, biaya transportasi, dan keuntungan minimal yang seharusnya diperoleh. Akibatnya, beberapa pedagang menjual takjil dengan harga murah tetapi sebenarnya merugi, atau sebaliknya, menetapkan harga terlalu tinggi hingga tidak kompetitif di pasar. Hal ini diperparah oleh minimnya pencatatan transaksi harian, sehingga pedagang kesulitan dalam mengevaluasi performa usaha mereka. Literasi numerasi menjadi semakin penting dalam dunia usaha yang semakin kompleks, bahkan pada level mikro sekalipun. Dalam era digital saat ini, sudah tersedia berbagai teknologi seperti aplikasi pencatatan keuangan digital yang dapat digunakan secara gratis dan mudah oleh para pelaku UMKM. Namun, rendahnya literasi numerasi membuat banyak pedagang enggan atau tidak mampu memanfaatkan teknologi ini dengan optimal. Mereka tetap bergantung pada metode konvensional seperti menghitung manual, tanpa pencatatan, dan hanya mengandalkan ingatan. Akibatnya, pengelolaan pendapatan tidak maksimal, dan usaha sulit berkembang. Permasalahan ini bukan hanya menyangkut keterbatasan individu, tetapi juga kurangnya intervensi dari pihak terkait seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas pemberdayaan ekonomi dalam memberikan pelatihan atau edukasi praktis mengenai literasi keuangan dan numerasi. Padahal, peningkatan kemampuan ini dapat berdampak langsung terhadap kesejahteraan para pelaku usaha kecil.

Landasan Teori

Pengertian Literasi Numerasi

Menurut OECD (2019), literasi numerasi adalah kemampuan individu untuk menggunakan, menafsirkan, dan mengomunikasikan konsep matematika dan data dalam konteks kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan ekonomi. Literasi ini mencakup penguasaan aritmetika dasar, pemahaman terhadap proporsi, dan kemampuan membaca laporan keuangan sederhana. Gitman dan Zutter (2015) dalam teori manajemen keuangan menekankan pentingnya pengambilan keputusan berbasis data yang akurat, baik dalam perencanaan maupun pengendalian keuangan. Tanpa dasar numerasi yang kuat, individu akan kesulitan merancang strategi bisnis dan mengalokasikan sumber daya secara efisien. Berikut adalah teori-teori yang mendukung penelitian:

Teori Manajemen Keuangan (Financial Management Theory) – Gitman & Zutter (2015)

Teori Manajemen Keuangan merupakan konsep yang membahas bagaimana individu atau organisasi mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan tertentu. Gitman & Zutter (2015) menjelaskan bahwa manajemen keuangan mencakup perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan dalam mengalokasikan dana secara efisien. Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu sebuah bisnis bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang kompetitif. Perencanaan keuangan menjadi aspek penting dalam teori ini, karena



mencakup penyusunan anggaran, proyeksi pendapatan dan pengeluaran, serta strategi investasi. Dengan adanya perencanaan yang matang, sebuah bisnis dapat menghindari ketidakstabilan keuangan dan memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil selaras dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Tanpa perencanaan yang baik, bisnis rentan mengalami kesulitan finansial. Selain itu, pengendalian keuangan juga berperan dalam memastikan bahwa dana digunakan secara efektif dan efisien. Pengendalian ini mencakup evaluasi terhadap kinerja keuangan, pelaporan keuangan yang transparan, serta pemantauan arus kas untuk menghindari defisit. Dengan adanya sistem pengendalian yang baik, bisnis dapat mengurangi risiko pemborosan atau kesalahan alokasi dana yang dapat merugikan perusahaan. Pengambilan keputusan keuangan menjadi aspek penting lainnya dalam teori ini. Keputusan terkait investasi, pembiayaan, dan penggunaan modal harus dibuat berdasarkan analisis yang cermat agar dapat memberikan hasil optimal. Misalnya, perusahaan harus menentukan apakah akan menggunakan laba untuk ekspansi bisnis, membayar dividen, atau meningkatkan efisiensi operasional.

Teori Perilaku Konsumen dan Harga (Consumer Behavior & Pricing Theory) – Kotler & Keller (2016)

Teori Perilaku Konsumen dan Harga menjelaskan bagaimana konsumen mengambil keputusan dalam membeli suatu produk serta bagaimana harga mempengaruhi permintaan pasar. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal seperti preferensi, kebutuhan, dan motivasi, serta faktor eksternal seperti tren pasar dan strategi pemasaran. Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting bagi bisnis untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif dalam menarik pelanggan. Salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen adalah keseimbangan antara kualitas dan harga produk. Konsumen cenderung mencari produk yang menawarkan nilai terbaik, yaitu produk dengan kualitas tinggi tetapi dengan harga yang masih terjangkau. Jika harga terlalu tinggi, konsumen mungkin akan mencari alternatif lain yang lebih ekonomis, sedangkan jika harga terlalu rendah, konsumen bisa meragukan kualitas produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan keseimbangan harga dan kualitas yang tepat. Strategi penetapan harga menjadi aspek penting dalam teori ini karena harga memiliki pengaruh langsung terhadap daya beli dan keputusan konsumen. Perusahaan harus menetapkan harga yang kompetitif agar tetap menarik bagi pelanggan tanpa mengurangi keuntungan. Beberapa strategi harga yang umum digunakan antara lain penetapan harga berbasis biaya, harga berbasis nilai, serta harga promosi untuk menarik minat pelanggan baru. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar. Preferensi konsumen juga berperan besar dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Preferensi ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman sebelumnya, rekomendasi orang lain, atau citra merek suatu produk. Konsumen yang memiliki preferensi kuat terhadap suatu merek cenderung loyal dan sulit beralih ke produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan membangun loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran yang efektif.

Teori Pemasaran (Marketing Theory) – Philip Kotler (2017)

Teori Pemasaran menjelaskan bagaimana perusahaan atau individu dapat menjual produk mereka secara efektif kepada pelanggan. Kotler (2017) menyatakan bahwa pemasaran yang sukses tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga strategi yang digunakan untuk memperkenalkan dan menarik minat konsumen. Dengan pemahaman yang baik tentang pemasaran, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Strategi promosi menjadi salah satu elemen penting dalam pemasaran karena berfungsi untuk



menarik perhatian calon pembeli. Berbagai metode promosi dapat digunakan, seperti pemasaran melalui media sosial, iklan televisi, brosur, serta promosi dari mulut ke mulut. Strategi yang efektif dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mempercepat keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus memilih strategi promosi yang sesuai dengan target pasarnya. Segmentasi pasar merupakan langkah penting dalam pemasaran untuk mengidentifikasi siapa target pelanggan yang paling potensial. Dengan membagi pasar ke dalam kelompok yang lebih spesifik berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, pendapatan, atau gaya hidup, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih relevan. Segmentasi yang tepat memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan meningkatkan peluang keberhasilan penjualan. Diferensiasi produk juga berperan dalam menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Dengan menghadirkan fitur unik, kualitas unggul, atau layanan tambahan, sebuah produk dapat lebih menonjol dibandingkan dengan pesaingnya. Diferensiasi yang berhasil dapat membantu membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan citra merek. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus berinovasi agar produk mereka tetap menarik dan kompetitif di pasar.

Teori Literasi Keuangan (Financial Literacy Theory) – Lusardi & Mitchell (2014)

Teori Literasi Keuangan menekankan pentingnya pemahaman keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Lusardi & Mitchell (2014) menyatakan bahwa individu yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih mampu mengelola pendapatan, menabung, serta menghindari risiko keuangan yang berlebihan. Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang konsep dasar ekonomi, perencanaan keuangan, serta pengelolaan aset dan liabilitas secara efektif. Kemampuan dalam menghitung dan mengelola keuangan menjadi aspek utama dalam literasi keuangan. Dengan pemahaman yang baik, individu dapat membuat keputusan bisnis yang lebih rasional dan menghindari pemborosan. Keputusan mengenai investasi, penggunaan modal, dan alokasi pendapatan menjadi lebih efektif dengan pengetahuan keuangan yang memadai. Oleh karena itu, literasi keuangan dapat meningkatkan stabilitas dan keberlanjutan ekonomi individu maupun bisnis. Literasi keuangan juga memiliki dampak signifikan terhadap kesejahteraan ekonomi seseorang. Individu yang memahami prinsip dasar keuangan lebih mampu mengelola sumber daya mereka dengan baik, menghindari utang yang tidak perlu, serta mempersiapkan dana darurat untuk situasi tak terduga. Selain itu, pemahaman yang baik terhadap perencanaan keuangan memungkinkan seseorang untuk memiliki strategi keuangan jangka panjang yang lebih stabil dan menguntungkan.

Teori Kewirausahaan – Eddy Soeryanto Soegoto (2014)

Eddy Soeryanto Soegoto (2014) mendefinisikan kewirausahaan sebagai usaha kreatif yang dilakukan berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan tidak hanya sebatas mendirikan usaha, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang bermanfaat bagi masyarakat. Melalui inovasi, wirausahawan dapat menghadirkan produk atau layanan yang lebih baik dan lebih efisien. Oleh karena itu, kewirausahaan menjadi pendorong utama dalam perkembangan ekonomi dan sosial. Salah satu aspek utama dalam kewirausahaan adalah kreativitas. Kreativitas memungkinkan wirausahawan untuk menemukan solusi baru dalam menghadapi tantangan bisnis. Dengan berpikir inovatif, mereka dapat menciptakan produk atau layanan yang unik dan memiliki daya saing tinggi. Tanpa kreativitas, sebuah bisnis akan sulit berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, kreativitas harus selalu dikembangkan dalam proses kewirausahaan. Selain kreativitas, inovasi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan wirausahawan. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga

mencakup peningkatan proses produksi, strategi pemasaran, dan model bisnis. Dengan terus melakukan inovasi, wirausahawan dapat mempertahankan daya saingnya dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Inovasi yang berkelanjutan akan memastikan bisnis tetap relevan dan berkembang dalam jangka panjang. Kewirausahaan juga memiliki dampak sosial yang signifikan, salah satunya adalah penyediaan lapangan kerja. Dengan membuka usaha baru, wirausahawan menciptakan peluang kerja bagi banyak orang dan membantu mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, kewirausahaan juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan menyediakan produk dan layanan yang lebih baik. Oleh karena itu, peran wirausahawan sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara.

Pentingnya Literasi Numerasi Bagi Pedagang Takjil

Bagi pedagang takjil, literasi numerasi menjadi keterampilan yang sangat penting dalam menjalankan usaha mereka. Pedagang yang memiliki kemampuan numerasi yang baik dapat menghitung modal dan keuntungan dengan lebih akurat, menentukan harga jual yang sesuai, serta melakukan pencatatan keuangan yang lebih sistematis (Rahmawati et al., 2021). Menurut Lusardi & Mitchell (2014), kurangnya literasi numerasi pada pelaku usaha kecil dapat menyebabkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti pengeluaran yang tidak terkontrol dan kesulitan dalam menentukan harga jual yang menguntungkan. Studi lain oleh Atkinson & Messy (2012) juga menunjukkan bahwa banyak pedagang kecil mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha mereka karena kurangnya pemahaman terhadap konsep keuangan dasar. Penelitian oleh Yusuf & Sari (2022) menunjukkan bahwa pedagang kecil yang memiliki literasi numerasi yang baik lebih mampu menyusun strategi harga yang kompetitif dan menghindari kerugian akibat salah perhitungan modal dan keuntungan. Hal ini membantu pedagang takjil dalam mengembangkan usaha secara lebih terstruktur dan meningkatkan daya saing mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di: Tempat (lokasi): Jln. Bambuan, Link VI Bambuan, Kelurahan Perdamaian, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat. Waktu: Sore hari menjelang waktu berbuka puasa yakni pada pukul 15:00 s/d 18:00. Sampel (subjek) penelitian ini yaitu para penjual dan pedagang takjil yang muncul ketika bulan Ramadhan tiba, khususnya para penjual dan pedagang rentang usia 18 s/d 50 tahun. Dalam penelitian kuantitatif ini, kami menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang kami sebar secara online ke penjual takjil. Instrumen Penelitian: Menggunakan Kuesioner bertipe terbuka dan tertutup Sugiyono (2017:142).

1. Uji Coba Instrumen Penelitian: Pilih Sampel Uji Coba: Pada bagian ini sebagai sampel yakni para penjual takjil yang menjadi responden dalam penelitian. Distribusi Kuesioner: Memberikan dan menyebarkan kuesioner secara online kepada sampel uji coba sambil didampingi saat mereka mengisinya. Kumpulkan Kuesioner: pengumpulan hasil pengisian kuesioner oleh para responden. Analisis Data: Analisis data yang dikumpulkan dari kuesioner untuk memastikan bahwa kuesioner adalah valid dan reliabel. Menarik Kesimpulan Data: Setelah rubrik analisis telah terpenuhi maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilihat dari keseluruhan bukti hasil kuesioner.
2. Analisis Instrumen Penelitian. Pembersihan Data Memeriksa data yang dikumpulkan dari kuesioner untuk memastikan bahwa data tersebut lengkap, akurat, dan konsisten. Tabulasi Data: Membuat tabel-tabel untuk mempresentasikan data yang dikumpulkan dari kuesioner. Analisis Deskriptif : Menganalisis data yang dikumpulkan dari kuesioner untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik responden dan distribusi jawaban.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Hasil Survei

Penelitian ini melibatkan pedagang takjil di Jalan Bambuan, Kelurahan Perdamaian, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat. Melalui penyebaran kuesioner secara daring selama bulan Ramadan, diperoleh data kuantitatif yang memberikan gambaran mendalam tentang persepsi, praktik, dan tantangan para pedagang dalam hal pengelolaan pendapatan serta pemahaman terhadap literasi numerasi. Sebagian besar responden berusia antara 25 hingga 45 tahun, dengan latar belakang pendidikan terakhir rata-rata pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Mereka menjalankan usaha secara mandiri atau dibantu anggota keluarga, dengan modal terbatas dan tanpa sistem akuntansi atau manajemen keuangan yang baku. Adapun temuan utama dari hasil kuesioner dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 80% pedagang menganggap literasi numerasi sangat penting atau penting dalam mendukung kelangsungan usaha mereka.
- 70% responden memilih untuk menganalisis penyebab kerugian terlebih dahulu saat menghadapi penurunan pendapatan, dan bukan langsung menaikkan harga atau menghentikan usaha.
- Hanya 20% pedagang yang menggunakan alat bantu seperti kalkulator atau aplikasi digital, selebihnya masih melakukan pencatatan atau perhitungan secara manual, bahkan ada yang tidak mencatat sama sekali.
- 60% pedagang mengalami selisih kembalian atau kebingungan saat transaksi ramai, yang memengaruhi ketepatan pendapatan yang seharusnya mereka peroleh. Temuan ini mencerminkan adanya kesadaran terhadap pentingnya numerasi, tetapi keterbatasan akses terhadap teknologi, kebiasaan lama, dan kurangnya pelatihan menjadi penghalang utama dalam implementasinya.

Peran Literasi Numerasi dalam Menunjang Usaha Pedagang Takjil

Literasi numerasi terbukti sangat krusial bagi pedagang takjil dalam mengelola keuangan usaha mereka. Sejumlah indikator utama menunjukkan bahwa kemampuan menghitung dan menganalisis data numerik sangat memengaruhi efektivitas manajemen keuangan sehari-hari. Pertama, dalam hal penentuan harga jual, pedagang yang memahami cara menghitung harga pokok penjualan (HPP) dapat menetapkan harga yang menguntungkan namun tetap bersaing. Misalnya, mereka dapat mengidentifikasi biaya bahan baku per unit, tenaga kerja, kemasan, hingga biaya transportasi, sebelum menambahkan margin keuntungan. Sayangnya, banyak pedagang dalam survei ini masih menetapkan harga berdasarkan perkiraan atau meniru pedagang lain, tanpa analisis biaya produksi yang akurat. Hal ini mengakibatkan margin keuntungan yang tipis bahkan kerugian tanpa disadari. Kedua, literasi numerasi membantu pedagang menyusun anggaran harian atau mingguan yang realistis. Dengan memperkirakan jumlah bahan baku yang dibutuhkan, memperhitungkan biaya operasional, serta memperkirakan potensi pendapatan, pedagang dapat mengelola modal dengan lebih efisien dan menghindari pemborosan atau kekurangan stok. Ketiga, kemampuan numerasi memengaruhi cara pedagang mengevaluasi keuntungan atau kerugian. Sebagian besar pedagang yang tidak mencatat pemasukan dan pengeluaran hanya menilai keberhasilan usaha dari banyaknya pembeli atau uang tunai yang terkumpul di akhir hari. Padahal, tanpa menghitung pengeluaran secara rinci, mereka tidak benar-benar mengetahui apakah mereka untung atau rugi.

Strategi Menghadapi Kerugian: Antara Analisis dan Efisiensi

Saat menghadapi kerugian atau penurunan pendapatan, mayoritas pedagang dalam penelitian ini menunjukkan kesadaran yang baik dengan memilih untuk menganalisis penyebab

kerugian terlebih dahulu. Langkah ini menunjukkan bahwa sebagian pedagang telah memiliki naluri kewirausahaan yang cukup matang. Mereka berupaya mengidentifikasi apakah kerugian disebabkan oleh: Kenaikan harga bahan baku yang tidak diimbangi kenaikan harga jual. Penurunan jumlah pelanggan akibat pesaing baru atau lokasi yang kurang strategis. Pemborosan operasional seperti bahan baku terbuang. Kesalahan perhitungan atau pencatatan keuangan. Sebanyak 30% responden memilih mengurangi biaya operasional sebagai solusi, misalnya dengan menekan pengeluaran bahan baku, mencari pemasok alternatif, atau mengurangi jumlah produksi. Strategi ini cukup bijak dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah ketidakpastian.

Keterbatasan dalam Pencatatan Transaksi dan Perhitungan Kembali

Dalam pengamatan lapangan dan hasil survei, ditemukan bahwa banyak pedagang tidak mencatat transaksi penjualan maupun pengeluaran secara tertib. Mereka mengandalkan ingatan untuk menghitung laba harian, yang tentu saja rentan terhadap kekeliruan. Situasi ini diperburuk saat kondisi pasar sedang ramai. Banyak pedagang kesulitan menghitung kembali dengan cepat dan akurat, sehingga uang yang diterima bisa lebih atau kurang dari seharusnya. Hal ini tidak hanya memengaruhi pendapatan mereka, tetapi juga bisa menimbulkan kesalahpahaman dengan pembeli dan menurunkan kepercayaan pelanggan.

Solusi Teknologis: Penggunaan Aplikasi Buku Warung

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, penelitian ini merekomendasikan penggunaan aplikasi keuangan sederhana seperti Buku Warung. Aplikasi ini dirancang untuk pelaku UMKM dan pedagang mikro agar dapat mencatat pemasukan dan pengeluaran secara digital dan otomatis. Manfaat yang bisa diperoleh dari aplikasi ini meliputi: Pencatatan real-time, yang memungkinkan pedagang memonitor transaksi harian secara instan. Rekap laporan keuangan, baik harian, mingguan, maupun bulanan yang dapat dibagikan dalam format PDF atau melalui WhatsApp. Fitur pengingat utang-piutang, yang sangat berguna dalam transaksi dengan pelanggan tetap. Kemudahan promosi digital, seperti membuat toko online kecil dan menerima pembayaran digital melalui QRIS. Dalam studi oleh Ikopin (2023), penggunaan aplikasi ini meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan pedagang hingga 80%. Selain itu, Sejurnal (2022) mencatat adanya peningkatan pemahaman literasi keuangan hingga 60% setelah pelatihan penggunaan aplikasi ini. Namun, adopsi teknologi ini masih rendah di lapangan, terutama karena kurangnya pelatihan dan pendampingan teknis. Oleh karena itu, pemanfaatan aplikasi ini perlu disertai program edukasi dan sosialisasi, khususnya kepada pedagang dengan latar pendidikan rendah atau tidak terbiasa menggunakan teknologi digital.

Temuan Lapangan: Realita Pedagang dan Kebutuhan Pelatihan

Observasi langsung di lokasi riset menunjukkan bahwa banyak pedagang menyadari pentingnya pencatatan keuangan, namun menganggap proses tersebut terlalu rumit atau menyita waktu. Hal ini menjadi tantangan utama dalam peningkatan literasi numerasi, karena persepsi terhadap kompleksitas menjadi penghalang adopsi metode baru. Kondisi di lapangan juga memperlihatkan bahwa pendapatan aktual sering tidak sesuai dengan prediksi awal, salah satunya karena kesalahan dalam menghitung atau kembali yang tidak akurat. Dalam jangka panjang, kesalahan-kesalahan kecil ini dapat menggerogoti keuntungan harian, terutama jika tidak terdeteksi secara sistematis. Oleh karena itu, pelatihan literasi numerasi bagi pedagang tidak hanya perlu mencakup teori perhitungan keuangan, tetapi juga penggunaan praktis aplikasi digital, simulasi kasus kerugian dan solusi, serta pendampingan langsung di lapangan agar pedagang terbiasa menerapkan kebiasaan baru.



KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi numerasi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pengelolaan pendapatan pedagang takjil di Kabupaten Langkat, Kecamatan Stabat, Kelurahan Perdamaian. Literasi numerasi membantu pedagang dalam menghitung modal dan keuntungan dengan lebih akurat, menentukan harga jual yang tepat, serta mencatat keuangan secara sistematis. Mayoritas pedagang yang disurvei menyadari pentingnya literasi numerasi dalam menjalankan usaha mereka, tetapi masih ada kendala dalam penerapannya, seperti kurangnya pemahaman dalam pencatatan keuangan, perhitungan harga pokok penjualan, serta pengelolaan arus kas. Penelitian ini juga menemukan bahwa salah satu penyebab utama kerugian pedagang takjil adalah kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan dengan baik. Sebagian besar pedagang lebih memilih untuk menganalisis penyebab kerugian dan mengurangi biaya operasional sebagai solusi, daripada menaikkan harga atau menghentikan usaha sementara. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki kesadaran bisnis yang cukup baik, tetapi masih memerlukan bimbingan dalam penerapan strategi keuangan yang lebih efektif. Selain itu, hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa banyak pedagang mengalami kesulitan dalam menyusun strategi keuangan yang berkelanjutan akibat kurangnya pemahaman terhadap konsep dasar numerasi dan manajemen keuangan. Kesalahan dalam perhitungan kembalian dan pencatatan transaksi juga sering terjadi, terutama saat kondisi penjualan sedang ramai. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada celah dalam pengelolaan keuangan yang perlu diperbaiki agar pedagang dapat memaksimalkan pendapatan mereka. Untuk itu, diperlukan upaya peningkatan literasi numerasi di kalangan pedagang takjil, baik melalui pelatihan, pendampingan, maupun pemanfaatan teknologi digital yang dapat membantu pencatatan transaksi dan perhitungan keuangan secara lebih akurat. Dengan pemahaman numerasi yang lebih baik, diharapkan pedagang takjil dapat mengelola usahanya dengan lebih sistematis, menghindari kerugian, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Daftar Pustaka

- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*. OECD Publishing.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance (14th ed.)*. Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- OECD. (2019). *PISA 2018 Results (Volume I): What Students Know and Can Do*. OECD Publishing.
- Rahmawati, D., Nugraha, A., & Fajar, M. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keberlangsungan UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 45–60.
- Tilaar, H. A. R. (2004). *Membenahi Pendidikan Nasional*. Rineka Cipta.
- Yusuf, R., & Sari, D. (2022). *Strategi Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro: Peran Literasi Keuangan dan Numerasi dalam Peningkatan Daya Saing*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(3), 78–91.