

Pelatihan Literasi Ekonomi dan Keterampilan Komunikasi Melalui Kegiatan Market Day di Sekolah

Fatin Nadifa Tarigan *¹

¹Pendidikan Bahasa Inggris / Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

E-mail: nadifafatin11@gmail.com^{*1}

Ismayani²

²Ilmu Hukum / Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email: ismayani2@gmail.com²

Cut Sah Kha Mei Zsazsa³

³Ilmu Administrasi Negara/ Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email: cutsasa22@gmail.com³

Yochie Elanda⁴

⁴Manajemen / Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email: yochielanda@gmail.com⁴

Ainur Rizki⁵

⁵Manajemen/ Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email: ainur.iien@gmail.com⁵

Yoshita Kaifu⁶

⁶Manajemen/ Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email: yoshitakaifu@gmail.com⁶

Article History

Received: 01-05-2026

Accepted: 16-05-2026

Published: 30-05-2026

Abstract

Economic literacy and communication skills are essential competencies that help students understand business concepts and interact effectively in professional and social environments. Early exposure to these competencies is important to encourage students to apply economic principles and communication skills in real-life situations. Therefore, the Market Day activity was conducted to introduce students to the concept of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) while improving their communication abilities through practical experience. This community service program integrates economic literacy education with communication training, including verbal and non-verbal communication, public speaking, product promotion, and customer service. The activity involved 30 students who were divided into several groups and participated in product planning, product creation, and direct selling activities over two days. Evaluation was conducted through observation and performance assessment during the activity. The results showed positive improvements in students' understanding of basic economic concepts and communication abilities. Approximately 83% of students demonstrated increased confidence in interacting with customers, while 78% showed better ability in explaining and promoting products effectively. In addition, students demonstrated greater creativity, teamwork, and enthusiasm. In conclusion, the Market Day program was effective in enhancing students' economic literacy and communication skills through practice-based learning experiences.

Keywords:

1. economic literacy
2. communication skills
3. Entrepreneurship
4. MSMEs

| | |
|---|---|
| | |
| <p>Kata Kunci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi ekonomi 2. Keterampilan komunikasi 3. Kewirausahaan 4. UMKM | <p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Literasi ekonomi dan keterampilan komunikasi merupakan kompetensi penting yang membantu siswa memahami konsep bisnis serta berinteraksi secara efektif dalam lingkungan profesional dan sosial. Pengenalan kompetensi tersebut sejak dini penting dilakukan untuk mendorong siswa menerapkan prinsip-prinsip ekonomi dan keterampilan komunikasi dalam situasi kehidupan nyata. Oleh karena itu, kegiatan Market Day dilaksanakan untuk memperkenalkan siswa pada konsep usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sekaligus meningkatkan kemampuan komunikasi mereka melalui pengalaman praktik langsung. Program pengabdian kepada masyarakat ini mengintegrasikan pendidikan literasi ekonomi dengan pelatihan komunikasi, termasuk komunikasi verbal dan nonverbal, public speaking, promosi produk, dan pelayanan pelanggan. Kegiatan ini melibatkan 30 siswa yang dibagi ke dalam beberapa kelompok dan mengikuti kegiatan perencanaan produk, pembuatan produk, serta penjualan langsung selama dua hari. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan penilaian kinerja selama kegiatan berlangsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan positif dalam pemahaman siswa terhadap konsep ekonomi dasar dan kemampuan komunikasi. Sekitar 83% siswa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan pelanggan, sementara 78% siswa menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan dan mempromosikan produk secara efektif. Selain itu, siswa juga menunjukkan peningkatan kreativitas, kerja sama tim, dan antusiasme selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, program Market Day efektif dalam meningkatkan literasi ekonomi dan keterampilan komunikasi siswa melalui pengalaman belajar berbasis praktik.</p> |

1. PENDAHULUAN

Pendidikan kewirausahaan dan literasi ekonomi sangat penting dalam mempersiapkan siswa untuk berperan aktif dalam perekonomian masa depan (Heningdra & Rindrayani, 2025). Dengan meningkatnya peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian global, penting bagi siswa untuk memahami konsep-konsep dasar ekonomi serta bagaimana bisnis kecil beroperasi. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor utama yang berkontribusi terhadap pertumbuhan

ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan (Syata, 2025). Dalam konteks ini, kegiatan pembelajaran yang berbasis pada pengalaman nyata, seperti Market Day, dapat memberikan wawasan langsung kepada siswa tentang dunia usaha.

Namun pada kenyataannya, pembelajaran ekonomi di sekolah masih cenderung berorientasi pada teori dan belum memberikan kesempatan yang cukup bagi siswa untuk mengajarkan konsep kewirausahaan secara langsung. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar siswa masih mengalami

kesulitan dalam memahami proses pemasaran produk, menentukan strategi penjualan, serta berkomunikasi secara percaya diri dengan orang lain dalam konteks bisnis. Selain itu, siswa juga kurang memiliki pengalaman dalam bekerja sama untuk merancang dan mengelola kegiatan usaha sederhana. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya kegiatan pembelajaran yang mampu menghubungkan konsep ekonomi dengan praktik nyata di lingkungan siswa.

Market Day merupakan sebuah kegiatan yang menggabungkan teori dan praktik dalam dunia kewirausahaan. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan dunia usaha kepada siswa, tetapi juga untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Selama kegiatan Market Day, siswa bertanggung jawab atas berbagai aspek bisnis, termasuk pengelolaan produk, penetapan harga, pemasaran, serta pelayanan pelanggan (Aulia, Wibowo, Hutasoit, Hendarti & Tambunan, 2026). Program edukatif yang melibatkan aktivitas praktik secara langsung mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta didik dalam menghadapi situasi nyata ((Hidayat & Gunawan, 2024)). Dengan demikian, kegiatan Market Day menjadi salah satu

media pembelajaran yang efektif dalam menumbuhkan literasi ekonomi dan jiwa kewirausahaan melalui pengalaman belajar yang kontekstual dan aplikatif.

Pentingnya literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari juga semakin diakui. Pendidikan ekonomi tidak hanya mencakup teori-teori tentang produksi, distribusi, dan konsumsi, tetapi juga pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi dan usaha. Siswa yang memiliki pemahaman ekonomi yang baik akan lebih siap untuk menghadapi tantangan di dunia kerja dan bisnis (Solicha, 2025). Oleh karena itu, kegiatan Market Day memberikan kesempatan bagi siswa untuk belajar mengelola bisnis sederhana yang dapat mengasah keterampilan pengelolaan keuangan mereka.

Selain pengenalan terhadap UMKM, pelatihan keterampilan komunikasi menjadi bagian integral dalam program ini. Keterampilan komunikasi yang baik sangat penting untuk sukses dalam dunia bisnis, baik dalam berinteraksi dengan pelanggan, bernegosiasi, maupun dalam memasarkan produk (Ginting, Rahmadani, Sembiring, Saragih, & Baskoro, 2024). Pelatihan komunikasi yang dilakukan selama kegiatan Market Day bertujuan untuk membekali siswa

dengan kemampuan berbicara dengan percaya diri, menyampaikan informasi produk, serta berinteraksi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis.

Keterampilan komunikasi yang kuat dapat memperkuat hubungan antara pengusaha dan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan keinginan usaha. Menurut Robbins dan Judge (2017), kemampuan berkomunikasi yang efektif juga sangat berpengaruh terhadap kesuksesan waktu dalam suatu organisasi atau usaha. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas komunikasi siswa melalui pelatihan yang langsung diterapkan dalam situasi bisnis yang nyata.

Pelatihan yang dilakukan dalam program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih dalam mengenai proses bisnis, mulai dari produksi hingga pemasaran, serta tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Siswa yang mengikuti kegiatan ini diharapkan dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk memulai usaha kecil mereka sendiri di masa depan, serta berkontribusi dalam pengembangan UMKM di daerah mereka (Branson, 2017).

Melalui kegiatan praktis seperti Market Day, siswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis tentang ekonomi dan kewirausahaan, tetapi juga memperoleh pengalaman nyata dalam menghadapi tantangan bisnis. Pengalaman ini sangat penting karena mengajarkan mereka tentang pentingnya kerja keras, perencanaan yang matang, dan adaptasi dalam dunia usaha. Oleh karena itu, Market Day menjadi salah satu metode pembelajaran yang efektif untuk memperkenalkan siswa pada dunia ekonomi dan meningkatkan keterampilan komunikasi mereka.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri atas tahap persiapan, pelatihan, pelaksanaan Market Day, evaluasi, dan refleksi. Kegiatan dilaksanakan selama tiga hari berturut-turut dengan melibatkan 30 siswa yang dibagi ke dalam enam kelompok. Metode pelaksanaan dimulai dengan persiapan yang meliputi penyusunan materi pelatihan literasi ekonomi dan keterampilan komunikasi. Materi literasi ekonomi mencakup konsep-konsep dasar seperti produksi, penawaran dan permintaan, harga pasar, serta pentingnya pengelolaan keuangan dalam bisnis. Siswa juga diberikan

pemahaman tentang peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Tahap pelatihan dilaksanakan selama dua hari dengan durasi setiap sesi sekitar tiga jam. Pelatihan keterampilan komunikasi difokuskan pada teknik berbicara yang jelas dan efektif, kemampuan mendengarkan, serta cara melakukan presentasi produk yang menarik. Selain itu, siswa mengajarkan tentang komunikasi non-verbal yang penting dalam berinteraksi dengan pelanggan, seperti bahasa tubuh dan ekspresi wajah yang mendukung pesan yang disampaikan (Kotler & Keller, 2016).

Selama pelaksanaan Market Day, siswa dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil yang masing-masing bertanggung jawab untuk memilih, merancang, dan memproduksi produk yang akan dijual. Setiap kelompok juga bertugas merencanakan strategi pemasaran, menentukan harga jual, serta mempromosikan produk mereka kepada pelanggan. Siswa diberi kesempatan untuk menyampaikan keterampilan komunikasi mereka dalam interaksi langsung dengan pengunjung acara, yang terdiri dari teman-teman sekolah, guru, dan orang tua. Mereka harus

menjelaskan produk mereka dengan jelas dan menjawab pertanyaan dari pelanggan, serta menggunakan teknik negosiasi yang telah dipelajari dalam pelatihan.

Evaluasi dilakukan pada hari terakhir melalui observasi langsung dan survei kepuasan pelanggan. Guru dan tim pelaksana mengamati interaksi siswa dengan pengunjung untuk menilai keterampilan komunikasi mereka, seperti kemampuan berbicara dengan percaya diri, mendengarkan dengan baik, dan menjelaskan produk secara efektif. Selain itu, survei dilakukan untuk mendapatkan umpan balik dari pengunjung mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh siswa. Hasil survei ini memberikan wawasan lebih lanjut tentang pengembangan keterampilan komunikasi siswa dan efektivitas pemasaran produk mereka (Sullivan & O'Connor, 2020).

Proses refleksi diri juga dilakukan setelah kegiatan Market Day selesai. Siswa diminta untuk mengevaluasi pengalaman mereka selama kegiatan, mencatat tantangan yang dihadapi, serta keterampilan yang mereka rasa perlu diperbaiki. Refleksi ini membantu siswa untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dalam berkomunikasi dan mengelola bisnis, serta

merencanakan langkah-langkah perbaikan di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Market Day melibatkan 30 siswa yang dibagi ke dalam enam kelompok. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi, lembar penilaian performa, serta pre-test dan post-test sederhana yang diberikan sebelum dan setelah kegiatan. Penilaian menggunakan skala 1–10, dengan kategori skor 1–3 rendah, 4–6 cukup, 7–8 baik, dan 9–10 sangat baik. Aspek yang dinilai meliputi literasi ekonomi, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, kemampuan mendengarkan, kepercayaan diri, kemampuan bernegosiasi, dan keterampilan presentasi.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh aspek yang dievaluasi setelah siswa mengikuti pelatihan dan pelaksanaan Market Day. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar siswa masih mengalami kesulitan dalam memahami penerapan konsep ekonomi secara praktis, menjelaskan produk dengan percaya diri, dan melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, siswa mulai mampu menerapkan konsep ekonomi seperti penentuan harga, pengelolaan

keuntungan, dan strategi pemasaran sederhana dalam aktivitas penjualan produk.

Peningkatan literasi ekonomi siswa menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu membantu siswa memahami konsep ekonomi secara lebih kontekstual dan aplikatif. Melalui pengalaman langsung dalam merancang, memproduksi, dan menjual produk, siswa memperoleh kesempatan untuk menghubungkan teori dengan praktik nyata. Hal ini sejalan dengan konsep experiential learning yang menyatakan bahwa keterlibatan langsung dalam proses pembelajaran dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta didik (Hidayat & Gunawan, 2024).



Gambar 1. UMKM pada Program Market Day



Gambar 2. Aktivitas Siswa pada Program Market Day

Gambar di atas menunjukkan aktivitas siswa saat menghitung hasil penjualan dan mengelola transaksi keuangan selama kegiatan Market Day berlangsung. Pada kegiatan tersebut, siswa terlihat melakukan pencatatan sederhana mengenai pemasukan, menghitung keuntungan penjualan, serta mengelola uang hasil transaksi secara kelompok. Aktivitas ini membantu siswa memahami penerapan konsep literasi ekonomi, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan perhitungan laba sederhana, sekaligus melatih tanggung jawab dan kerja sama dalam kegiatan kewirausahaan.

Selain peningkatan dalam literasi ekonomi, kegiatan ini juga menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam keterampilan komunikasi siswa. Berdasarkan hasil observasi, siswa menunjukkan peningkatan dalam kemampuan berbicara di depan umum, menjelaskan produk dengan jelas dan menarik, serta berinteraksi dengan pelanggan secara lebih percaya diri. Mereka juga dapat mengelola percakapan dengan lebih baik, baik dalam memberikan informasi tentang produk maupun dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan. Keterampilan komunikasi non-verbal siswa, seperti ekspresi wajah dan bahasa

tubuh, juga diperhatikan dan diterapkan untuk mendukung pesan yang mereka sampaikan.

Tabel berikut menunjukkan evaluasi terhadap berbagai aspek yang diamati selama kegiatan Market Day, termasuk aspek literasi ekonomi dan keterampilan komunikasi. Skor sebelum dan setelah menunjukkan pelatihan peningkatan yang signifikan dalam semua kategori.

Tabel 1. Evaluasi Aspek Literasi Ekonomi dan Keterampilan Komunikasi

| Aspek | Skor Sebelum Pelatihan | Skor Setelah Pelatihan |
|-------------------------|------------------------|------------------------|
| Literasi Ekonomi | 5/10 | 8/10 |
| Komunikasi Verbal | 5/10 | 8/10 |
| Komunikasi Non-Verbal | 6/10 | 8/10 |
| Kemampuan Mendengarkan | 5/10 | 7/10 |
| Kepercayaan Diri | 4/10 | 7/10 |
| Kemampuan Bernegosiasi | 5/10 | 8/10 |
| Keterampilan Presentasi | 5/10 | 8/10 |

Hasil tabel di atas menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam semua aspek yang dievaluasi. Literasi ekonomi siswa meningkat dari pemahaman dasar tentang penerapan ekonomi menjadi praktis dalam kegiatan bisnis. Keterampilan komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, juga berkembang pesat, dengan siswa menunjukkan peningkatan dalam

kemampuan berbicara, mendengarkan, dan bernegosiasi. Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa sekitar 83% siswa mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan pelanggan, sedangkan 78% siswa mampu menjelaskan dan mempromosikan produk dengan lebih baik dibandingkan sebelum kegiatan berlangsung. Secara keseluruhan, Market Day terbukti menjadi metode yang efektif untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap ekonomi dan mengembangkan keterampilan komunikasi mereka dalam konteks dunia bisnis

4. KESIMPULAN

Program pelatihan literasi ekonomi dan keterampilan komunikasi melalui kegiatan Market Day berhasil mencapai tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep ekonomi dasar serta mengembangkan keterampilan komunikasi melalui pengalaman belajar berbasis praktik. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pada aspek literasi ekonomi, kemampuan presentasi, komunikasi verbal dan nonverbal, serta kepercayaan diri siswa dalam berinteraksi dengan pelanggan. Kegiatan ini juga memberikan pengalaman nyata kepada siswa dalam mengelola usaha sederhana, bekerja

sama dalam tim, dan menerapkan strategi pemasaran secara langsung.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan pada durasi pelaksanaan yang relatif singkat dan penggunaan evaluasi yang belum didukung analisis statistik lanjutan. Oleh karena itu, kegiatan serupa disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan durasi yang lebih panjang dan instrumen evaluasi yang lebih komprehensif agar hasil yang diperoleh lebih optimal. Secara keseluruhan, Market Day memberikan kontribusi positif sebagai model pembelajaran kontekstual yang mampu mengintegrasikan literasi ekonomi dan keterampilan komunikasi dalam pengalaman belajar yang aplikatif dan relevan dengan kehidupan nyata siswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan ini, terutama kepada para guru pembimbing, mentor, dan siswa yang telah berpartisipasi dengan antusiasme yang tinggi. Terima kasih juga kepada pihak sekolah yang memberikan fasilitas dan kesempatan untuk melaksanakan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M. R., Wibowo, N., Hutasoit, D. T. M., Hendarti, R., & Tambunan, H. N. (2026). Edukasi Dasar Manajemen Pemasaran Untuk Menumbuhkan Jiwa Bisnis Di Kalangan Siswa Sekolah Sma Taman Siswa Medan. *Lebah*, 19(3), 498-505.
- Branson, R. (2017). *The Virgin way: Everything I know about leadership*. Virgin Books.
- Ginting, A. J. B., Rahmadani, D., Sembiring, M. L., Saragih, L. S., & Baskoro, D. A. (2024). Analisis strategi komunikasi dan negosiasi untuk meningkatkan kesuksesan bisnis. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 182-187.
- Heningdra, A. R., & Rindrayani, S. R. (2025). Pengaruh Pendidikan Keluarga dan Literasi Ekonomi Terhadap Kompetensi Berwirausaha di Era 4.0 pada Siswa Kelas XI SMA 1 Rejotangan Tulungagung. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(2), 480-492.
- Hidayat, W., & Gunawan, S. (2024). Implementasi Program Market Day dalam Meningkatkan Jiwa Entrepreneur Siswa di SMA El-Fitra Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, 6(2), 174-183.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (16th ed.). Pearson Education.
- Solicha, A. J. (2025). Persepsi Siswa Mengenai Pentingnya Pendidikan Ekonomi Dalam Mempersiapkan Karir Masa Depan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Pendidikan*, 45-52.
- Sullivan, D. M., & O'Connor, J. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (11th ed.). Cengage Learning.
- Syata, W. M. (2025). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 63-70.