
Penanaman Nilai Kewirausahaan Melalui Market Day Pada Anak Usia Dini

Devi Meilasari

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: 21204032011@student.uin-suka.ac.id

Erni Munastiwi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: erni.munastiwi@uin-suka.ac.id

*Article received: 27 Desember 2022, Review process: 11 November 2023,
Article Accepted: 12 Juni 2023, Article published: 30 Maret 2024*

ABSTRACT

The formation of an entrepreneurial spirit cannot be done instantly. So, instilling entrepreneurial values must be done from an early age so that when they reach adulthood, an entrepreneurial spirit is instilled in children. This study aims to describe the inculcation of entrepreneurial values through market day in early childhood at RA Al-Barokah, Tegal Regency, Central Java. The subjects of this study were RA Al-Barokah students. This study uses a qualitative method. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. Data analysis used Miles and Huberman's interactive analysis. The results of this study indicate that in instilling entrepreneurial values through market day activities in early childhood at RA Al-Barokah as an annual program. The objectives of implementing market day activities at RA Al-Barokah include: Instilling an entrepreneurial spirit, So that children are able to interact between sellers and buyers, Introducing nominal currency and number of units, Instilling an honest attitude. In accordance with the vision and mission of RA Al-Barokah, the vision of the institution is to create superior and characterized human resources in a conducive environment. While its mission is to improve the quality of human resources in Madrasahs, provide excellent service for every madrasah member, improve early childhood achievements, instill character education, provide a safe, comfortable and conducive place, provide appropriate facilities and infrastructure to enhance early childhood development.

Keywords: *Entrepreneurial Value, Market Day, Early childhood*

ABSTRAK

Pembentukan jiwa kewirausahaan tidak dapat dilakukan secara instan. Maka, menanamkan nilai kewirausahaan harus dilakukan sejak usia dini supaya saat usia dewasa kelak sudah tertanam jiwa kewirausahaan dalam diri anak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini di RA Al-Barokah Kabupaten Tegal Jawa Tengah. Subjek penelitian ini adalah peserta didik RA Al-Barokah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan

dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis interaktif Miles dan Huberman Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penanaman nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day pada anak usia dini di RA Al-Barokah sebagai program tahunan. Adapun tujuan dari penerapan kegiatan market day di RA Al-Barokah diantaranya: Menanamkan jiwa kewirausahaan, Supaya anak mampu berinteraksi antara penjual dan pembeli, Mengenalkan nominal mata uang dan jumlah satuan, Menanamkan Sikap jujur. Sesuai dengan visi dan misi dari RA Al-Barokah, visi dari lembaga tersebut yaitu terciptanya SDM unggul dan berkarakter dalam lingkungan kondusif. Sedangkan misinya adalah Meningkatkan kualitas SDM di Madrasah, Memberikan pelayanan prima untuk setiap warga madrasah, Meningkatkan prestasi anak usia dini, Menanamkan pendidikan karakter, Menyediakan tempat yang aman, nyaman dan kondusif, Menyediakan sarana dan prasarana yang sesuai untuk meningkatkan perkembangan anak usia dini.

Kata Kunci: Nilai Kewirausahaan, Market Day, Anak Usia Dini

PENDAHULUAN

Seorang pengusaha sering diibaratkan sebagai seorang wirausahawan, namun pada kenyataannya wirausaha adalah suatu sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat berharga dan bermanfaat baik bagi pencipta maupun bagi orang lain (Leonita Siwiyanti, 2017). Kewirausahaan ini merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercrepta, berkarya, bersahaja, dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan atas kegiatan usahanya. Sementara wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, yang bertujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Kemendiknas, 2010) dalam (Leonita Siwiyanti, 2017).

Bidang kewirausahaan telah memasuki era modern dengan meningkatnya tekanan persaingan. Masyarakat yang sering mengikuti tradisi kini beralih ke praktik modern. Dalam ranah entrepreneurship, dibutuhkan mentalitas yang kuat untuk menghadapi naik turunnya perekonomian. Sikap atau karakter wirausahawan sejati harus berkembang seiring waktu agar dapat beradaptasi dalam berbagai situasi. Pembangunan ekonomi selalu diupayakan oleh semua negara, baik yang maju maupun yang sedang berkembang. Tujuan pembangunan ekonomi, khususnya bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia, adalah untuk meningkatkan taraf hidup warga negaranya ke tingkat yang sebanding dengan yang dicapai oleh peradaban maju.

Namun, faktanya masih ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan lambatnya pertumbuhan wirausahawan di Indonesia. Minat serta jiwa kewirausahaan yang belum tertanam dalam diri inilah yang menghalangi seseorang untuk ingin memulai usaha sendiri. Pola pikir seorang wirausahawan tidak berkembang yang mengakibatkan kurangnya dorongan untuk menciptakan lapangan kerja. Minimnya orang-orang yang memiliki jiwa dan pola pikir kewirausahaan merupakan salah satu persoalan mendasar yang dihadapi negara. Pembentukan jiwa kewirausahaan tidak berlangsung selama satu atau dua hari. Seseorang harus mengembangkan jiwa kewirausahaan dari waktu ke waktu. Maka menanamkan nilai kewirausahaan harus dilakukan sejak usia dini supaya saat usia dewasa kelak sudah tertanam jiwa kewirausahaan dalam diri anak.

Sesuai dengan penelitian (Siregar et al., 2021) berdasarkan data yang diterbitkan oleh BPS pada tahun 2019, jumlah pengusaha Indonesia pada usia produktif hanya 3.5% dari jumlah penduduk dan angka ini masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura dengan persentase kewirausahaan sebesar 7.2% serta Malaysia dan Thailand masing-masing mencapai 5% dan 5.1%. Lebih lanjut, data dari Entrepreneurship Global Index 2019 yang menempatkan Indonesia pada peringkat 97 dari 137 negara juga mencerminkan rendahnya minat berwirausaha.

Rata-rata jumlah pengusaha di negara-negara maju tersebut adalah 14% atau lebih dari penduduk usia kerja. Dengan kata lain, semakin banyak pengusaha yang tinggal di suatu negara, semakin tinggi tingkat per-tumbuhan ekonominya (Siregar et al., 2021). Keadaan ini memungkinkan untuk mengajarkan kewirausahaan kepada anak-anak sejak usia dini, yaitu pada masa pengenalan. Pengembangan kewirausahaan anak usia dini dicapai melalui pendidikan kewirausahaan. Anak-anak dibesarkan dalam jiwa wirausaha yang tidak hanya mengajarkan mereka cara berbisnis, tetapi juga mengembangkan kekuatan mental dan karakter yang kuat.

Salah satu alasan utama perlunya mengembangkan pendidikan karakter kewirausahaan bagi anak usia sekolah adalah untuk melatih mereka agar lebih kreatif dan mandiri, agar mereka lebih kompetitif dan berdaya saing, artinya bisa mempersiapkan diri (Asafri et al., 2021). Sejalan dengan pendapat Sunarso dalam (Wiresti, 2020), pengembangan intelektual pengusaha dan pelaku bisnis harus dimulai sejak usia dini. Sependapat dengan (Isabella Yusuf, Sofia Hartati, 2021), bahwa pendidikan kewirausahaan sebaiknya dimulai sejak TK. Usia dini dianggap sebagai waktu terbaik untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa taman kanak-kanak adalah usia yang ideal untuk mulai belajar dunia kewirausahaan. Ada banyak cara untuk mengajarkan anak usia dini mengenai nilai kewirausahaan. Salah satunya kegiatan market day. Kegiatan market day meliputi kegiatan yang mendorong anak-anak untuk tidak hanya menjadi wirausaha, tetapi menjadi lebih mandiri dan percaya diri. Market day adalah kegiatan yang terjadi sebagai sistem perdagangan di mana sebagian orang menjadi penjual dan orang lain sebagai pembeli. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini di RA Al-Barokah.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di RA Al-Barokah Jl. Projosumarto 2, Desa Setu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. Subjek dalam penelitian ini anak didik RA Al-Barokah. Pada penelitian ini penulis sebagai instrument pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Kegiatan observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah pengamatan penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini di RA Al-Barokah. Kegiatan wawancara dilakukan dengan mewawancarai kepala sekolah RA Al-Barokah mengenai penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini di RA Al-Barokah. Sedangkan dokumentasi dalam penelitian ini penulis menggunakan dokumen-dokumen terdahulu yang ada di sekolah yang berkaitan dengan penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini. Model analisis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif Miles dan Huberman (Rijali, 2018). Proses analisis data dilakukan sebagai berikut: Pertama, setelah pengumpulan data selesai, tahap selanjutnya adalah reduksi data dengan mengkategorikan dan membuang data yang tidak diperlukan; Kedua, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk naratif. Ke-tiga, menarik kesimpulan atau verifikasi data yang disajikan pada tahap kedua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

RA Al-Barokah merupakan salah satu lembaga yang memiliki keistimewaan tersendiri dalam program tahunan mengadakan kegiatan market day. Adapun tujuan dari penerapan kegiatan market day di RA Al-Barokah diantaranya: Menanamkan nilai kewirausahaan, Supaya anak mampu berinteraksi antara penjual dan pembeli, Mengenalkan nominal mata uang dan jumlah satuan, Menanamkan Sikap jujur. Sesuai dengan visi dan misi dari RA Al-Barokah, visi dari lembaga tersebut yaitu terciptanya SDM unggul dan berkarakter dalam lingkungan kondusif. Sedangkan misinya adalah Meningkatkan kualitas SDM di Madrasah, Memberikan pelayanan prima untuk setiap warga madrasah, Meningkatkan prestasi anak usia dini, Menanamkan pendidikan karakter, Menyediakan tempat yang aman, nyaman dan kondusif, Menyediakan sarana dan prasarana yang sesuai untuk meningkatkan perkembangan anak usia dini.

Penanaman nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day pada anak usia dini di RA Al-Barokah yaitu dibagi per team atau kelompok dengan melibatkan seluruh pihak sekolah (guru anak, orang tua) untuk menghasilkan suatu produk atau karya, ada anak yang jadi kasir, sebagian anak berjualan, sebagian anak menjadi pembeli dengan didampingi orang tua dan lingkungan luar sekolah sebagai pembeli. Penanaman nilai kewirausahaan menjadi hal yang bisa dikembangkan di lembaga Pendidikan Anak Usia Dini. Penanaman nilai kewirausahaan sebaiknya dilakukan sejak masa usia dini. Karena masa ini dianggap sebagai tahapan yang ideal. Penanaman nilai kewirausahaan sangat penting untuk kehidupan yang akan datang.

Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian (Prasetyaningsih, 2016) bahwa menanamkan jiwa kewirausahaan pada anak sejak dini, dapat meningkatkan keterampilan administratif (keterampilan mengelola), keterampilan konseptual (goal setting), keterampilan manusiawi (*understanding skill*), termasuk , pemahaman, (komunikasi dan membangun hubungan), keterampilan pengambilan keputusan (kemampuan merumuskan masalah dan mengambil keputusan), keterampilan manajemen waktu (kemampuan mengelola dan menggunakan waktu).

Sependapat dengan Suzanti & Maesaroh bahwa penanaman nilai entrepreneurship atau berwirausaha sejak dini sangat penting untuk membentuk karakter generasi mendatang. Belajar tentang kewirausahaan dapat membantu orang mengembangkan sifat-sifat seperti kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, pengendalian diri, dan disiplin. Dalam pembentukan tanggung jawab dan daya cipta anak, pengembangan sikap kewirausahaan harus dimulai sejak dini (Nurhafizah, 2018).

Selaras dalam penelitian (Mushlih, 2018) menyatakan bahwa menumbuhkan jiwa kewirausahaan harus diajarkan sejak dini agar pikiran anak tidak menjadi tergantung hanya pada orang lain saat tumbuh dewasa. Mengubah pola pikir anak-anak yang sudah dewasa tidak hanya menjadi karyawan, dokter, pilot, dll, tetapi

yang terpenting, mendidik anak-anak tentang cita-cita mereka, menjadikan mereka pengusaha global, dan membantu orang lain untuk dapat menciptakan lapangan kerja. Pada penelitian (Arisna Wahyuni, 2020) berpendapat bahwa berwirausaha tidak hanya untuk dunia orang dewasa, bahkan anak-anak pun bisa melakukannya. Keluarga, lingkungan, dan institusi pendidikan sangat dibutuhkan di sini. Karena mereka memiliki pengaruh besar pada kepemimpinan dan membentuk jiwa kewirausahaan anak-anak kita. (Umayah, 2021) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah semangat juang untuk mempertahankan hidup, mengembangkan kreativitas dan inovasi, serta diarahkan untuk kesejahteraan umat manusia dan bentuk kehidupan lainnya di muka bumi. Menyiapkan anak menjadi wirausaha memerlukan upaya penyesuaian diri dengan kekhususan perkembangan anak. Menurut Soemanto dalam penelitian (Umayah, 2021) Usaha yang dapat dilakukan pendidik dan orang tua antara lain kegiatan permainan dan bermain.

Pada penelitian (Wida Bakhti, 2015) kewirausahaan adalah jiwa wirausaha yang ditanamkan dalam diri kita sejak dini yang kelak akan membantu kita menjadi tangguh, berani, pemecah masalah, kreatif dan peka, beradaptasi dengan situasi yang berbeda. Lingkungan kewirausahaan tidak datang dengan mudah. Penting untuk menanamkan jiwa kewirausahaan pada anak-anak sejak usia dini dengan cara-cara sederhana agar mereka dapat mencapai potensi penuh dan lebih berkembang secara komprehensif untuk masa yang akan datang. Kuratko menjelaskan bahwa, entrepreneurship adalah proses dinamis atas visi, perubahan, dan kreatifitas (Hamdan, 2019). Menurut Hisrich, Peters, & Sheperd dalam penelitian (Desyanti, 2016) kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang bernilai baru dengan menginvestasikan waktu dan usaha yang diperlukan, menerima risiko finansial, fisik dan sosial yang terlibat, dan moneter yang dihasilkan serta imbalan dan kepuasan dan kebebasan pribadi.

Pendapat lain dari Yusuf adalah berwirausaha adalah mengambil resiko untuk menangkap peluang secara mandiri memulai usaha baru atau pendekatan yang inovatif. Harmaizar menyatakan dalam pernyataan sebelumnya bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru (*new creation*) atau melakukan perubahan terhadap yang lama (inovasi) dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat. Stoner dalam Asmani menyatakan bahwa kewirausahaan bergerak secara mendasar dari kebutuhan dasar manusia menuju efisiensi (Desyanti, 2016).

Kewirausahaan pada anak usia dini bukan berarti mengajarkan anak cara berdagang atau cara menghasilkan uang sejak dini, melainkan memupuk dan mengembangkan sifat atau karakter yang sudah dimiliki anak. Pendidikan kewirausahaan sendiri dapat diartikan sebagai melatih wirausahawan masa depan dalam keberanian, kemandirian, keterampilan dan kreativitas (Arisna Wahyuni, 2020). Pembelajaran kewirausahaan merupakan keterampilan aplikatif yang sangat mendukung kesiapan siswa untuk terlibat dalam kehidupan masyarakat (Saroni, 2012). Pendidikan kewirausahaan ditandai dengan proses pendidikan yang di dalamnya diterapkan prinsip dan metode untuk pembentukan kecakapan hidup (*life skill*) pada peserta didiknya (Agustina, 2017). Fithriyana dalam penelitian (Aprilianti et al., 2021) menyebutkan bahwa pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini merupakan upaya untuk membina dan mengembangkan sikap dan karakter anak yang telah ada sebelumnya. Nilai-nilai kewirausahaan yang

dikembangkan dalam pelatihan antara lain Wibowo adalah ke-mandirian, kreativitas, resiko, kemauan, kepemimpinan, kerja keras, kejujuran, disiplin, inovasi, tanggung jawab, kerjasama, pantang menyerah, rasa ingin tahu dan komunikasi.

Pendidikan kewirausahaan berarti upaya untuk mengembangkan seluruh potensi peserta didik dan membentuk pribadi yang mandiri, kreatif, berani mengambil resiko, berjiwa kepemimpinan, pekerja keras, jujur, disiplin, inovatif, bertanggung jawab, mencari peluang, mencari solusi dan pantang menyerah. semangat. siap bekerja untuk hidup di tengah masyarakat dan menerapkan sikap tersebut dalam dunia bisnis. Pendidikan kewirausahaan dapat diajarkan melalui nilai-nilai kewirausahaan yang membentuk sifat dan perilaku berwirausaha agar peserta didik nantinya dapat mandiri dalam bekerja atau berbisnis (Uswatun Hasanah, 2019).

Tujuan utama Pendidikan Kewirausahaan tidak hanya untuk meningkatkan kualitas hidup menuju kehidupan yang sejahtera, tetapi juga mempersiapkan lulusan menjadi warga negara yang baik dan mencapai kualitas hidup yang lebih baik (Lailatu Rohmah, 2017). Kemendikbud menjabarkan nilai-nilai kewirausahaan yang harus diketahui dan dipahami serta dapat dihayati oleh setiap orang. Nilai-nilai ini adalah: Mandiri, kreatif, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, pemimpin yang kuat, pekerja keras, jujur, disiplin, inovatif, bertanggung jawab, kooperatif, pantang menyerah, berdedikasi, realistis, ingin tahu, komunikatif dan motivasi yang kuat untuk sukses. Lebih khusus lagi, nilai-nilai inti yang harus dimiliki dan menjadi landasan bagi seorang wirausaha antara lain: Kreativitas, inovasi, risiko, etika dan standar bisnis, serta semangat dan tanggung jawab (Siregar et al., 2021).

Christianti, Cholimah, & Suprayitno dalam penelitian (Zulkarnain, 2018) menyatakan bahwa seseorang yang berjiwa wirausaha, gigih, pekerja keras, energik, tekun, berorientasi pada keuntungan, menciptakan keunggulan, mau menerima resiko dan kerugian, hemat, optimis, percaya diri, tidak mudah menyerah. Sifat-sifat tersebut dapat dikembangkan sejak usia dini. Nilai-nilai kewirausahaan yang ditanamkan di RA Al-Barokah diantaranya: kejujuran, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, rasa ingin tahu, tanggung jawab, dan komunikasi. Pengembangan kewirausahaan pada anak usia dini harus disesuaikan dengan karakteristik dan prinsip perkembangan anak. Fadhlilah & Lilif menjelaskan bahwa bentuk-bentuk penanaman nilai kewirausahaan yang dapat diterapkan pada anak usia dini, antara lain (Desyanti, 2016):

Kejujuran, guru dapat mengajarkan anak untuk memahami nilai kejujuran dengan menempatkan mereka dalam peran jual beli. Tindakan ini adalah metode untuk melatih anak tentang konsep kejujuran melalui tindakan langsung. Pendidik dan orangtua harus terbiasa berkata jujur serta menepati janji pada anak, sehingga anak akan dapat meniru dan mencontoh perbuatan orang dewasa disekitarnya. Disiplin, sejak dini dapat diterapkan di rumah dan di lingkungan pendidikan, misalnya dengan mengajarkan anak duduk makan dan minum, berdoa sebelum beraktivitas dan tetap teratur saat belajar dan bermain.

Kerja keras, pendidik dapat menanamkan sikap kerja yang tinggi pada anak dengan merencanakan kegiatan pembelajaran dengan menetapkan tugas-tugas yang menantang baik secara individu maupun kelompok sehingga terlatih menghadapi tantangan pekerjaan. Anda juga dapat mengunjungi berbagai profesi dan bercerita tentang profesi yang membutuhkan semangat dan kerja keras untuk

mendapatkan kebahagiaan dan juga dapat menginternalisasi nilai-nilai positif pada anak usia dini. Kreatif, pendidik anak usia dini dapat merencanakan kegiatan kreatif yang melibatkan pembuatan media dari tanah liat, daun kering, atau bahan bekas untuk menciptakan sesuatu yang bermanfaat dan bermakna bagi anak.

Mandiri, kebiasaan makan dan minum sendiri, mengambil tulisan sendiri, me-nyelesaikan tugas tanpa bantuan teman atau orang dewasa merupakan hal yang mengembangkan nilai kemandirian pada anak usia dini. Rasa ingin tahu pendidik dan orang tua hendaknya dapat merencanakan kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan rasa ingin tahu anak melalui pembelajaran alam ringan, penjelajahan lingkungan sekolah melalui permainan eksplorasi dan percobaan sains yang belum pernah dilakukan anak sebelumnya.

Menghargai prestasi, menghargai setiap karya anak tidak harus berupa materi, tetapi bisa dilakukan dengan jempol dan pujian. Anak juga bisa membiasakan diri untuk menghormati temannya dengan hadiah saat temannya tampil di depan kelas, serta berbagai kegiatan lain yang direncanakan oleh guru. Demokrasi, membiarkan anak bergiliran memimpin sambil bermain bersama merupakan hal yang dapat direncanakan oleh pendidik selama kegiatan pembelajaran untuk me-nanamkan nilai-nilai demokrasi pada anak.

Komunikasi, permainan kelompok merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam pembelajaran di kelas. Dalam kegiatan kelompok, mereka berlatih berkomunikasi dengan teman-temannya dan mengembangkan keterampilan verbal mereka. Tanggung jawab, kebiasaan meminta anak membereskan mainannya merupakan salah satu cara yang paling mudah untuk meningkatkan nilai tanggung jawab pada anak usia dini.

Mendorong kewirausahaan pada anak usia dini dapat dilakukan dengan cara-cara yang sesuai dengan tingkat perkembangan anak. Pendidik anak usia dini harus dapat merencanakan kegiatan pembelajaran bersama orang tua agar pembelajaran kewirausahaan pada anak usia dini dilakukan tidak hanya di sekolah tetapi juga di rumah. Kegiatan sekolah sebaiknya dipadukan dengan kegiatan anak di rumah.

Kegiatan market day merupakan salah satu kegiatan yang menarik dan menyenangkan bagi anak-anak muda yang mendorong kewirausahaan sejak dini. Hal ini dikarenakan anak biasanya bertindak dengan meniru kegiatan bisnis (Arisna Wahyuni, 2020). Pembelajaran ini termasuk dalam model experiential learning. Anak-anak belajar dan mengalami langsung melalui latihan nyata. Menurut penelitian Fathurrohman (Zulkarnain, 2018) pembelajaran ini dipandu oleh aktivitas indi-vidu yang berkaitan dengan pengalaman anak. Sejalan dengan penelitian (Leonita Siwiyanti, 2017) bahwa salah satu contoh aplikasi pendidikan terintegrasi kewirausahaan adalah kegiatan "Market Day". Program market day jika dilihat dari segi bahasa berasal dari bahasa inggris yaitu "market" ialah pasar dan "day" adalah hari. Program market day adalah sebuah acara yg dibuat buat menstimulus jiwa kewirausahaan anak. Market day menurut Hadi dalam Muslima merupakan hari dimana anak melakukan simulasi jual-beli pa-da satu hari tersebut (Wiresti, 2020).

Snelson & Deyes dalam (Zulkarnain, 2018) mencatat bahwa market adalah upaya kompleks untuk memenuhi kebutuhan berbagai kelompok di bawah regulasi untuk memastikan kualitas dan ketersediaan pembelajaran. Ciri khas pasar adalah kon-sumen dan penyedia layanan berinteraksi untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Dalam kegiatan market day, anak bisa mendapatkan pembelajaran

yang tidak biasa namun inklusif untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan anak.

Market day dapat diperoleh melalui aktivitas enterpreneur, yang mana anak belajar cara mengiklankan dagangannya kepada para konsumen (Leonita Siwiyanti, 2017). Prepare untuk kegiatan ini bukan sepenuhnya guru yang merencanakan atau menyelenggarakan namun anak terlibat bersama guru dalam menyiapkan market day. Keterlibatan anak tentu membutuhkan ketergantungan dengan orang tua seperti anak di minta membawa hasil kebun, maka orang tua membantu anak menyediakan sesuai instruksi guru demi lancarnya kegiatan (Zulkarnain, 2018).

Kegiatan market day dapat menjadikan anak untuk mendapatkan pembelajaran secara tidak konvensional namun secara partisipatif untuk meningkatkan keterampilan serta kemampuan anak. Market day dapat diperoleh melalui aktivitas entrepreneur, yang mana anak belajar cara mengiklankan dagangannya kepada para konsumen. Market day dapat berupa pembagian tugas sebagai pembeli dan penjual yang tidak terlepas dari seluruh pihak sekolah (guru, anak, orang tua) dan tidak menutup kemungkinan pembeli berasal dari luar pihak sekolah (Uswatun Hasanah, 2019).

Kegiatan "Market Day" bukan hanya mengajarkan tata cara bertransaksi bagi anak. Tetapi banyak nilai moral yang bisa ditanamkan seperti kemandirian, kedisiplinan, kejujuran, tanggung jawab, komunikasi interpersonal, membantu anak dalam memahami situasi dan kondisi yang berkaitan dengan kegiatan "Market Day". Market day juga merupakan aktifitas pembelajaran Enterpreneur, dimana anak-anak diajarkan bagaimana memasarkan produk kepada teman, guru atau pun kepada pihak luar (Prasetyaningsih, 2016).

Dengan kegiatan Market Day ini, anak-anak diharapkan teredukasi sejak dini bagaimana cara berjualan yang baik. Anak-anak akan terbiasa dengan konsep kejujuran misalnya dalam timbangan, takaran, barang mana yang baik dan tidak.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penanaman nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day pada anak usia dini berjalan sangat baik di RA Al-Barokah khususnya dalam kegiatan pembelajaran. Jika ada inovasi baru untuk pengembangan kreativitas anak, penerapannya tidak terlepas dari motivasi orang tua, peran guru dan siswa, serta keinginannya mewujudkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak sejak dini serta mengajarkan anak dan menjadikan dasar pedoman bagi anak dalam kehidupan yang akan datang terutama dalam menciptakan generasi-generasi yang tangguh akan mental anak baik itu kreatif, jujur, mandiri, tanggung jawab, kerja keras, juga memiliki karakter entrepreneur. Dalam hal ini kegiatan market day sangat berpengaruh dalam mengem-bangkan beberapa nilai-nilai kehidupan yang berpengaruh bagi kehidupan anak untuk selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, D. A. (2017). Model Pembelajaran Untuk Mengenalkan Kewirausahaan. *Bangun Rekaprima*, 03(2), 43–56. https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/866
- Aprilianti, R., Saraswati, G., & Azis, W. A. (2021). Desain Aplikasi Efkids untuk

-
- Menstimulasi Sikap Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 97–108. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i1.834>
- Arisna Wahyuni, S. (2020). Best Practice Pendidikan Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini Di Tk Khalifah Baciro Yogyakarta. *Yaa Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(1), 15–22. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/YaaBunayya/article/view/6682>
- Asafri, H., Pitriyani, P., & Rosmiati, R. (2021). Strategi Pengembangan Karakter Entrepreneurship di Sekolah. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 5085–5091. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1588>
- Desyanti, E. S. (2016). Kompetensi Orangtua Dalam Penumbuhkembangan Jiwa Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini. *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, 2(2), 69–84.
- Hamdan. (2019). Model Pengembangan Kreativitas dan Inovasi dalam Membentuk Entrepreneur di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(1), 59–68.
- Isabella Yusuf, Sofia Hartati, T. S. (2021). Implementasi Pembelajaran Entrepreneurship di Taman Kanak-kanak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1158–1168. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i3.1737>
- Lailatu Rohmah. (2017). Implementasi Pendidikan Entrepreneurship pada Anak Usia Dini di TK Khalifah Sukonandi Yogyakarta. *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1), 15–26.
- Leonita Siwiyanti. (2017). Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day. *Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 15–17. <https://doi.org/10.29313/ga.v1i1.2861>
- Mushlih, A. (2018). Implementasi Strategi Branding Enterpreneur di TK Khalifah Sewon Yogyakarta. *Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(2), 15–25. <https://doi.org/10.29313/ga.v2i2.4292>
- Nurhafizah. (2018). Bimbingan Awal Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 6(3), 205–210. <https://doi.org/10.29210/127300>
- Prasetyaningsih, A. (2016). Membentuk Jiwa Kewirausahaan pada Anak Usia Dini melalui Kegiatan “Market Day.” *SELING: Jurnal Program Studi PGRA*, 2(2), 88–102. <http://www.jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/seling/article/view/220>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81–95.
- Saroni, M. (2012). Mendidik dan melatih entrepreneur muda. *Yogyakarta: Ar-Ruzz Media*.
- Siregar, N., Helty, H., Pitriyani, & Firman. (2021). Implementasi Nilai dan Sikap Serta Semangat Entrepreneur untuk Memecahkan Masalah Sumber Daya Manusia di Sekolah. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 185–194. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1797>
- Umayah, M. H. (2021). Early Childhood Learning Model Based On Local Wisdom

- Entrepreneurship In Banten Province. *Indonesian Journal of Islamic Early Childhood Education*, 6(1).
- Uswatun Hasanah. (2019). Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–19.
- Wida Bakhti. (2015). Upaya Meningkatkan Entrepreneurship Anak Melalui Cooking Class Pada Kelompok B. *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo*, 2(2), 76–149.
- Wiresti, R. D. (2020). Analisis Aspek Perkembangan Sosial-Emosional Dan Bahasa Dalam Program Market Day Di Tk Khalifah Condongcatur Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Raudhatul Athfal (JAPRA)*, 3(2), 113–126. <https://doi.org/10.15575/japra.v3i2.8737>
- Zulkarnain, E. A. (2018). Implementasi Market Day Dalam Mengembangkan Entrepreneurship Anak Usia Dini Di TKIT An-Najah Kabupaten Aceh Tengah. *JPUD - Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 12(2), 391–400. <https://doi.org/10.21009/jpud.122.20>