

## MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MELALUI PROGRAM *MARKET DAY* (STUDI KASUS DI SDN LALANGON I KABUPATEN SUMENEP)

**JONI ALIF UTAMA**

STAI Miftahul Ulum Tarate Pandian Sumenep

[joni.alif.utama@gmail.com](mailto:joni.alif.utama@gmail.com)

**IMRO'ATIN NUR AZIZAH**

Universitas Negeri Malang

[atin\\_azizah@gmail.com](mailto:atin_azizah@gmail.com)

**LUTFIYA CHAIRUN NISA**

STKIP PGRI Sumenep

[fifi\\_nisa@gmail.com](mailto:fifi_nisa@gmail.com)

### **Abstrak**

*Program Market Day di SDN Lalangon I Kabupaten Sumenep merupakan inisiatif inovatif dalam pembelajaran kewirausahaan yang dirancang untuk menumbuhkan jiwa entrepreneur sejak dini. Program ini melibatkan siswa dalam simulasi pasar, di mana mereka berperan sebagai produsen dan konsumen, sehingga dapat mengalami langsung proses bisnis mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga penjualan. Tujuan utama program ini adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan, mengembangkan kreativitas, meningkatkan keterampilan sosial, serta mengenalkan konsep finansial dasar kepada siswa. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya belajar tentang bisnis, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai karakter seperti kejujuran, tanggung jawab, kemandirian, dan kerja sama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis implementasi dan dampak Program Market Day. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan siswa, guru, dan orang tua, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Market Day berhasil meningkatkan keterampilan kewirausahaan siswa, termasuk kemampuan berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, dan komunikasi. Selain itu, program ini juga memperkuat identitas budaya lokal melalui produk-produk kreatif siswa yang berbasis potensi daerah. Meskipun memberikan banyak manfaat, program ini menghadapi beberapa tantangan, seperti manajemen waktu dan perbedaan kemampuan siswa. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan dukungan dari guru, orang tua, dan masyarakat, serta integrasi teknologi dalam proses pembelajaran. Program Market Day di SDN Lalangon I membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan praktis dapat menjadi solusi efektif dalam membentuk generasi yang kreatif, mandiri, dan berdaya saing, sekaligus melestarikan nilai-nilai sosial dan budaya lokal.*

**Kata Kunci:** Pendidikan Kewirausahaan, Jiwa Kewirausahaan, Market Day.

### **Abstract**

*The Market Day Program at SDN Lalangon I, Sumenep Regency, is an innovative initiative in entrepreneurship education designed to foster an entrepreneurial spirit from an early age. This program engages students in a market simulation, where they act as producers and consumers, allowing them to directly experience the business process from planning, production, marketing, to sales. The primary goals of this program are to cultivate an entrepreneurial mindset, develop creativity, enhance social skills, and introduce basic financial concepts to students. Through this activity, students not only learn about business but also internalize character values such as honesty, responsibility, independence, and teamwork. This research uses a qualitative approach with a case study design to analyze the implementation and impact of the Market Day Program. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews with students, teachers, and parents, as well as documentation studies. The results show that the Market Day Program successfully improves students' entrepreneurial skills, including critical thinking, creativity, collaboration, and communication. Additionally, the program strengthens local cultural identity through students' creative products based on regional potential. Despite its many benefits, the program faces several challenges, such as time management and varying student abilities. To address these issues, support from teachers, parents, and the community, as well as the integration of technology in the learning process, is essential. The Market Day Program at SDN Lalangon I demonstrates that entrepreneurship education through practical activities can be an effective solution in shaping a creative, independent, and competitive generation while preserving social and cultural values.*

**Keywords:** *Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Spirit, Market Day.*

### **A. PENDAHULUAN**

Pendidikan kewirausahaan di tingkat sekolah dasar merupakan fondasi penting dalam membentuk generasi yang kreatif, mandiri, dan berdaya saing tinggi. Di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan inovatif menjadi kompetensi yang tidak bisa diabaikan. Kewirausahaan tidak hanya sekadar tentang menciptakan peluang bisnis, tetapi juga tentang membangun karakter siswa yang mampu menghadapi tantangan, mengambil risiko, dan bertanggung jawab atas keputusan yang dibuat<sup>1</sup>. Oleh karena itu, menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini melalui pendidikan formal menjadi sebuah keharusan. Salah satu metode yang dinilai efektif adalah melalui program *Market Day*, sebuah simulasi pasar yang memungkinkan siswa

---

<sup>1</sup> Pratiwi, D., & Sari, R. (2021). Peran Orang Tua dalam Mendukung Pendidikan Kewirausahaan Anak di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 11(1), 45-56.

mengalami langsung proses berwirausaha, mulai dari perencanaan, produksi, hingga penjualan<sup>2</sup>.

Implementasi pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar masih menghadapi berbagai kendala. Pertama, kurikulum pendidikan dasar yang ada saat ini lebih fokus pada pencapaian akademis dan kurang memberikan ruang bagi pengembangan keterampilan praktis seperti kewirausahaan<sup>3</sup>. Pendidikan kewirausahaan yang hanya bersifat teoritis cenderung kurang efektif dalam membentuk karakter dan keterampilan siswa. Kedua, guru sebagai ujung tombak pembelajaran seringkali belum memiliki kompetensi yang memadai untuk mengajarkan kewirausahaan secara aplikatif. Minimnya pelatihan dan sumber daya guru menjadi hambatan utama dalam implementasi pendidikan kewirausahaan di Sekolah Dasar.

Program *Market Day* hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi tantangan tersebut. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam mengelola usaha, tetapi juga melatih keterampilan sosial, komunikasi, dan manajemen keuangan<sup>4</sup>. Tujuan dari *Market Day* adalah agar siswa yang terlibat mengalami peningkatan signifikan dalam hal kreativitas, kemandirian, dan kemampuan berkolaborasi. Namun, meskipun program ini telah diadopsi oleh beberapa sekolah, masih terdapat kesenjangan dalam hal evaluasi dan pengukuran dampak jangka panjangnya terhadap pembentukan jiwa kewirausahaan siswa.

Pelaksanaan *Market Day* di sekolah dasar tidak hanya berfokus pada pemberian pengetahuan tentang kewirausahaan, tetapi juga menciptakan suasana pembelajaran yang menyenangkan dan interaktif<sup>5</sup>. Melalui program ini, siswa belajar untuk menghormati pendapat orang lain serta berkolaborasi dalam kelompoknya guna mencapai tujuan bersama. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi siswa untuk menerima kritik dan masukan dari pihak lain, yang merupakan elemen krusial dalam proses belajar. Dengan cara ini, siswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mengembangkan

---

<sup>2</sup> Ayuningtyas, C. E., & Hidayah, N. (2022). Pengembangan Panduan Market Day bagi Anak SD Sebagai Internalisasi Jiwa Kewirausahaan. *Journal of food and Culinary*, 66-75.

<sup>3</sup> Kurniawan, A., & Fitriani, R. (2019). Pengaruh Program Market Day terhadap Minat Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 123-134.

<sup>4</sup> Hasanah, U. (2019). Upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan market day bagi anak usia dini. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9-19.

<sup>5</sup> Ningsih, P. O., & Hidayat, uhamad T. (2020). Dampak Pelaksanaan Full day school Terhadap Perkembangan Sosial Anak di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5)3(2), 524-532.

keterampilan praktis yang akan sangat bermanfaat bagi kehidupan mereka di masa depan.

Penting bagi seluruh pihak, baik pendidik, orang tua, maupun masyarakat, untuk memberikan dukungan dan terlibat aktif dalam pelaksanaan program *Market Day* sebagai wadah untuk mengembangkan karakter kewirausahaan siswa. Oleh karena itu, faktor dukungan lingkungan sekolah dan orang tua juga memegang peranan penting dalam keberhasilan menumbuhkan jiwa wirausaha pada anak<sup>6</sup>. Perkembangan anak dipengaruhi oleh interaksi antara lingkungan mikro (sekolah dan keluarga) dan lingkungan makro (kebijakan pendidikan)<sup>7</sup>. Oleh karena itu, tanpa dukungan yang memadai dari pihak sekolah dan orang tua, program *Market Day* berisiko tidak mencapai tujuan yang diharapkan. Partisipasi aktif orang tua dalam kegiatan kewirausahaan siswa dapat meningkatkan motivasi dan rasa percaya diri anak<sup>8</sup>. Karakter kewirausahaan sejak dini, diharapkan dapat terbentuk generasi muda yang tidak hanya unggul secara akademis, tetapi juga memiliki semangat kewirausahaan yang kuat dan siap memberikan kontribusi positif kepada masyarakat<sup>9</sup>.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### *Konsep Jiwa Wirausaha*

Jiwa kewirausahaan merupakan kombinasi dari sikap, keterampilan, dan motivasi yang mendorong seseorang untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha atau inovasi. Jiwa kewirausahaan meliputi kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengambil risiko yang terukur, dan mengelola sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan<sup>10</sup>. Salah satu aspek kunci dari jiwa kewirausahaan adalah kreativitas. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif

<sup>6</sup> Purwaningsih, D., & Al Muin, N. (2021). Mengenalkan Jiwa wirausaha pada anak sejak dini melalui pendidikan informal. *Jurnal Usaha*, 2(1), 34-42.

<sup>7</sup> Pratiwi, D., & Sari, R. (2021). The Role of Parents in Supporting Children's Entrepreneurship Education in Elementary Schools. *Journal of Character Education*, 11(1), 45-56.

<sup>8</sup> \_\_\_\_\_ *et.al.*

<sup>9</sup> Hardiyanto, F. D., Atmaja, H. T., & Aرسال, T. (2023). Habitus in The Implementation of Pancasila Student Profile Strengthening Project Through Entrepreneurship Project at School. *Journal of Educational Social Studies*, 12(1), 45-54.

<sup>10</sup> Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2018). *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. New York: McGraw-Hill.

yang dapat diterapkan dalam konteks bisnis atau sosial<sup>11</sup>. Kreativitas ini tidak hanya dimiliki oleh individu tertentu, tetapi dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pengalaman. Dalam konteks sekolah dasar, kreativitas dapat ditumbuhkan melalui kegiatan yang mendorong eksplorasi dan eksperimen.

Motivasi intrinsik juga memainkan peran penting dalam jiwa kewirausahaan. Motivasi intrinsik muncul ketika seseorang merasa tertantang dan termotivasi oleh kegiatan itu sendiri, bukan hanya oleh imbalan eksternal seperti uang atau pujian<sup>12</sup>. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, motivasi intrinsik dapat ditumbuhkan dengan memberikan siswa kebebasan untuk mengeksplorasi minat mereka dan merasakan kepuasan dari proses belajar. Selain itu, kemandirian dan tanggung jawab juga merupakan karakteristik penting dari jiwa kewirausahaan. Kemandirian mencerminkan kemampuan seseorang untuk bertindak secara mandiri dan mengambil inisiatif, sementara tanggung jawab berkaitan dengan kesadaran untuk memenuhi kewajiban dan konsekuensi dari tindakan yang diambil<sup>13</sup>. Kedua karakteristik ini dapat dikembangkan melalui kegiatan yang melibatkan pengelolaan proyek, di mana siswa harus merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi usaha mereka sendiri.

Terakhir, keterampilan sosial seperti komunikasi, kerja sama, dan kepemimpinan juga merupakan bagian integral dari jiwa kewirausahaan<sup>14</sup>. Keterampilan sosial memungkinkan seorang wirausaha untuk membangun jaringan, memimpin tim, dan berinteraksi secara efektif dengan pelanggan atau mitra bisnis. Dalam konteks sekolah dasar, keterampilan ini dapat dikembangkan melalui kegiatan kolaboratif, di mana siswa harus bekerja sama dalam tim atau kelompoknya dan berinteraksi dengan pembeli.

### ***Bentuk Pembelajaran Kewirausahaan***

Pembelajaran kewirausahaan di sekolah dasar dirancang untuk menanamkan nilai-nilai *entrepreneurship* sejak dini, seperti kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, dan

---

<sup>11</sup> Amabile, T. M. (2019). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. New York: Routledge.

<sup>12</sup> Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: Guilford Press.

<sup>13</sup> Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2021). Entrepreneurial Orientation: A Growth Strategy for the New Economy. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 105-120.

<sup>14</sup> Goleman, D. (2018). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York: Bantam Books.

kemampuan memecahkan masalah. Berbagai bentuk pembelajaran telah dikembangkan untuk mencapai tujuan ini, dengan menyesuaikan metode dan pendekatan yang sesuai dengan usia dan perkembangan siswa. Berikut adalah beberapa bentuk pembelajaran kewirausahaan yang umum diterapkan di sekolah dasar:

#### 1. *Market Day*

Program *Market Day* adalah salah satu bentuk pembelajaran kewirausahaan yang populer di sekolah dasar. Dalam kegiatan ini, siswa merencanakan, memproduksi, dan menjual produk kepada teman-teman atau orang tua. Program *Market Day* efektif dalam meningkatkan kreativitas, kemandirian, dan keterampilan kolaborasi siswa<sup>15</sup>. Selain itu, siswa juga belajar tentang konsep dasar ekonomi seperti penawaran, permintaan, dan laba rugi.

#### 2. Simulasi Bisnis

Simulasi bisnis melibatkan siswa dalam kegiatan yang meniru proses bisnis nyata, seperti membuat produk, menentukan harga, dan memasarkan produk. Simulasi bisnis membantu siswa memahami konsep kewirausahaan secara praktis dan interaktif<sup>16</sup>. Kegiatan ini juga melatih keterampilan sosial, komunikasi, dan manajemen keuangan siswa.

#### 3. *Study Tour* (Kunjungan Usaha)

Kunjungan ke tempat usaha, seperti pasar, toko, atau industri kecil, memberikan pengalaman langsung kepada siswa tentang bagaimana bisnis dijalankan. Kunjungan ini efektif dalam memperkenalkan siswa pada berbagai jenis usaha dan proses bisnis yang terjadi di masyarakat. Selain itu, siswa juga dapat belajar dari pengalaman wirausaha mereka temui<sup>17</sup>.

#### 4. Pembelajaran Berbasis Proyek (*Project Based Learning*)

Pembelajaran berbasis proyek melibatkan siswa dalam kegiatan praktis yang membutuhkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Contohnya adalah proyek membuat produk daur ulang yang dapat dijual. Model ini efektif dalam meningkatkan

---

<sup>15</sup>Sutarman, A., & Nuriman, A. (2023). Pengaruh kegiatan market day terhadap minat entrepreneur. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 7-12.

<sup>16</sup> Pratiwi, D., & Sari, R. (2021). The Role of Parents in Supporting Children's Entrepreneurship Education in Elementary Schools. *Journal of Character Education*, 11(1), 45-56.

<sup>17</sup> Wijaya, T., & Nugroho, A. (2020). Dukungan Orang Tua dalam Pendidikan Kewirausahaan Anak di Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 28(3), 123-134.

kreativitas, kemandirian, dan keterampilan kolaborasi siswa. Selain itu, siswa juga belajar tentang konsep dasar ekonomi seperti penawaran, permintaan, dan laba rugi<sup>18</sup>.

#### 5. Pembelajaran Berbasis Masalah (*Problem Based Learning*)

Dalam pembelajaran berbasis masalah, siswa dihadapkan pada masalah nyata yang harus mereka pecahkan secara berkelompok. Misalnya, siswa diminta untuk mencari solusi dalam mengelola limbah di sekolah dengan cara yang kreatif dan menghasilkan produk yang bernilai ekonomi. Model ini efektif dalam mengembangkan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, dan kerja sama tim<sup>19</sup>. Siswa juga belajar untuk mengambil inisiatif dan bertanggung jawab atas solusi yang mereka usulkan.

#### 6. *Storytelling* dan *Role Playing* (Bercerita dan Bermain Peran)

*Storytelling* dan *role playing* menggunakan cerita dan permainan peran untuk mengajarkan konsep kewirausahaan. Misalnya, siswa dapat berperan sebagai pedagang, pembeli, atau produsen dalam simulasi pasar. Metode ini membantu siswa memahami konsep kewirausahaan dengan cara yang menyenangkan dan interaktif<sup>20</sup>. Selain itu, *storytelling* juga dapat digunakan untuk memperkenalkan tokoh-tokoh wirausaha inspiratif, yang dapat memotivasi siswa untuk meniru nilai-nilai positif mereka.

#### 7. Pembelajaran Berbasis Teknologi (*Digital Entrepreneurship*)

Dalam era digital, pembelajaran kewirausahaan juga dapat memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan konsep bisnis online dan pemasaran digital. Misalnya, siswa dapat diajarkan cara membuat toko online sederhana atau menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk. Model ini relevan dengan perkembangan zaman dan membantu siswa mengembangkan keterampilan digital yang diperlukan di masa depan<sup>21</sup>.

### C. METODE PENELITIAN

<sup>18</sup> Kolb, D. A. (2019). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New York: Pearson.

<sup>19</sup> Sari, R., & Utami, W. (2023). Evaluasi Dampak Program Market Day terhadap Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 15(1), 89-102.

<sup>20</sup> Goleman, D. (2018). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York: Bantam Books.

<sup>21</sup> Cope, J. (2020). *Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications*. London: Routledge.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menggali secara mendalam bagaimana Program *Market Day* dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa sekolah dasar. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang holistik dan kontekstual mengenai fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya dalam mengamati interaksi, perilaku, dan persepsi siswa, guru, serta orang tua terkait pelaksanaan program *Market Day*.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama yaitu pertama, observasi partisipatif dimana peneliti terlibat langsung dalam pelaksanaan program *Market Day* untuk mengamati dinamika interaksi siswa, proses pembelajaran, serta respons siswa terhadap kegiatan yang dilakukan. Observasi difokuskan pada aspek-aspek seperti kreativitas, kemandirian, kerja sama, dan tanggung jawab siswa. Kedua, wawancara mendalam yang dilakukan dengan siswa, guru, dan orang tua untuk memahami persepsi, motivasi, dan pengalaman mereka terkait program *Market Day*. Pertanyaan wawancara dirancang terbuka (*open-ended*) untuk memungkinkan narasumber menyampaikan pandangan mereka secara mendetail. Ketiga, studi dokumentasi dan literatur (buku, jurnal, dan lain-lain) yaitu data tambahan diperoleh melalui analisis dokumen-dokumen pendukung, seperti Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP), foto kegiatan, catatan refleksi guru, serta hasil karya siswa yang dihasilkan selama program *Market Day*.

Analisis data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif yang meliputi tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi Data: Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi dan difokuskan pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. Penyajian Data: Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola dan hubungan antar variabel.
3. Penarikan Kesimpulan: Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang telah disajikan, dengan mempertimbangkan konteks dan tujuan penelitian.

Validitas data untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### ***Konsep dan Tujuan Program Market Day***

Program *Market Day* di SDN Lalangon I Kabupaten Sumenep merupakan sebuah inovasi dalam pembelajaran kewirausahaan yang dirancang untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* sejak dini berupa kegiatan bazar produk hasil kreativitas siswa dan pihak-pihak yang telah diundang oleh Sekolah untuk mengisi *stand* yang telah disediakan. Program ini tidak hanya bertujuan untuk mengenalkan konsep bisnis kepada siswa, tetapi juga untuk mengembangkan keterampilan sosial, kreativitas, dan kemandirian. Melalui kegiatan ini, siswa diajak untuk terlibat secara aktif dalam proses produksi, pemasaran, dan penjualan produk, sehingga mereka dapat memahami secara langsung bagaimana sebuah bisnis dijalankan.

Program *Market Day* di SDN Lalangon I memiliki konsep dasar yang sederhana namun efektif, yaitu menciptakan simulasi pasar di lingkungan sekolah. Siswa diberi kesempatan untuk berperan sebagai produsen dan konsumen, sehingga mereka dapat mengalami langsung dinamika pasar. Tujuan utama dari program ini adalah:

- a. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan: Siswa diajarkan untuk mengenali peluang, mengambil risiko, dan mengelola sumber daya secara efektif.
- b. Mengembangkan kreativitas: Siswa didorong untuk menciptakan produk yang unik dan inovatif yang dibantu oleh guru kelas dan orang tua.
- c. Meningkatkan keterampilan sosial: Siswa belajar berkomunikasi, bekerja sama, dan memimpin dalam kelompoknya masing-masing.
- d. Mengenalkan konsep finansial dasar: Siswa belajar tentang modal, keuntungan, kerugian, dan pengelolaan keuangan sederhana.

#### ***Implementasi Program Market Day***

Program *Market Day* di SDN Lalangon I dilaksanakan dengan melibatkan seluruh siswa dari kelas 1 hingga kelas 6. Namun, untuk produk kreativitas lebih diutamakan untuk kelas tinggi dari kelas 4-6. Setiap kelas diberi tanggung jawab untuk menjual produk yang mereka buat sendiri, seperti makanan ringan, minuman, kerajinan tangan, atau barang-barang hasil kreativitas siswa. Guru bertindak sebagai fasilitator yang membimbing siswa dalam proses produksi, pemasaran, dan penjualan. Selain itu juga terdapat produk-produk tambahan dari para undangan yang mengisi *stand-stand* yang telah disediakan oleh Sekolah mulai dari buku, makanan, minuman, produk kerajinan, dan lain-lain.

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam program ini meliputi:

- a. Perencanaan: Siswa diajak untuk merencanakan produk yang akan dijual, menentukan bahan baku, dan menghitung biaya produksi. Pada tahap ini, siswa juga belajar tentang pentingnya riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen.
- b. Produksi: Siswa terlibat langsung dalam pembuatan produk, baik secara individu maupun kelompok. Tahap ini melatih siswa untuk bekerja sama, memecahkan masalah, dan mengelola waktu dengan baik.
- c. Pemasaran: Siswa belajar cara mempromosikan produk mereka melalui poster, presentasi, simulasi atau promosi langsung. Mereka juga diajarkan tentang pentingnya *branding* dan *packaging* untuk menarik minat pembeli.
- d. Penjualan: Siswa menjual produk mereka kepada teman-teman, guru, orang tua dan pengunjung yang datang ke sekolah. Tahap ini melatih siswa untuk berinteraksi dengan konsumen, melayani pelanggan, dan mengelola transaksi keuangan.

### **Hasil yang Dicapai**

Program *Market Day* berhasil menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa. Beberapa hasil yang dapat diamati adalah:

- a. Peningkatan keterampilan (*skill*) kewirausahaan: Siswa menjadi lebih memahami konsep bisnis dasar seperti modal, keuntungan, dan kerugian. Mereka juga belajar tentang pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan.
- b. Pengembangan kreativitas (*creativity*): Siswa belajar menciptakan produk yang unik dan menarik untuk dijual. Mereka diajak untuk berpikir *out of the box* dan mengeksplorasi ide-ide baru.
- c. Peningkatan kepercayaan diri (*self efficacy*): Siswa menjadi lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain, terutama saat mempromosikan dan menjual produk. Mereka juga belajar untuk menerima kritik dan saran dari konsumen.
- d. Kerja sama tim (*team work*): Siswa belajar bekerja sama dalam kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Mereka diajarkan tentang pentingnya komunikasi, koordinasi, dan saling mendukung dalam tim.

Meskipun program ini memberikan banyak manfaat, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, antara lain:

- a. Manajemen waktu: Siswa harus membagi waktu antara kegiatan belajar dan persiapan *Market Day*. Untuk mengatasi hal ini, sekolah dapat mengatur jadwal yang fleksibel dan memberikan bimbingan tambahan.
- b. Perbedaan kemampuan: Tidak semua siswa memiliki minat atau bakat yang sama dalam kewirausahaan, sehingga diperlukan pendekatan yang berbeda untuk setiap siswa. Guru dapat memberikan tugas yang sesuai dengan kemampuan dan minat masing-masing siswa.

Keberhasilan program *Market Day* di SDN Lalangon I tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, termasuk guru, orang tua, dan masyarakat sekitar. Guru berperan sebagai fasilitator yang membimbing siswa dalam setiap tahapan kegiatan. Orang tua memberikan dukungan moral dan finansial, serta membantu siswa dalam menyiapkan produk. Masyarakat sekitar juga turut berpartisipasi dengan membeli produk yang dijual oleh siswa.

#### ***Relevansi program Market Day dengan Pendidikan Kewirausahaan Sejak Usia Dini***

Temuan dalam program ini, di mana siswa menunjukkan peningkatan dalam keterampilan kewirausahaan dan sosial. Program *Market Day* di SDN Lalangon I memberikan implikasi penting bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar. Pertama, program ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak harus diajarkan melalui teori saja, tetapi dapat diintegrasikan ke dalam kegiatan praktis yang menyenangkan. Kedua, program ini menekankan pentingnya kolaborasi antara sekolah, orang tua, dan masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan siswa.

*Market Day* di SDN Lalangon I sejalan dengan teori pembelajaran konstruktivisme, yang menekankan pentingnya pembelajaran melalui pengalaman langsung. Siswa belajar lebih efektif ketika mereka terlibat aktif dalam kegiatan yang bermakna dengan pembelajaran berbasis proyek (*Project Based Learning*) sehingga dapat meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa<sup>22</sup>. Selain itu, program ini juga relevan dengan konsep *entrepreneurial mindset* yang digagas oleh Draycott dan Rae yang menekankan

---

<sup>22</sup> Hanik, U. *et al.* (2021). Penerapan kegiatan market day berbasis pada kolaborasi orangtua dan anak untuk mengembangkan kemandirian anak di TK Pertiwi Kragan. *Digital Learning untuk Pembangunan Berkelanjutan Menuju Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Kudus, Jawa Tengah: Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 63–68.

pentingnya mengembangkan pola pikir kewirausahaan sejak dini. Melalui *Market Day*, siswa diajarkan untuk berpikir kreatif, mengidentifikasi peluang, dan mengelola sumber daya secara efektif. Hal ini menjadi bekal penting bagi siswa untuk menghadapi tantangan di masa depan, terutama di era ekonomi kreatif yang menuntut inovasi dan adaptasi.

### ***Relevansi Program Market Day dengan Pengembangan Karakter Siswa***

Program *Market Day* tidak hanya mengajarkan keterampilan berwirausaha, tetapi juga membentuk karakter siswa. Kegiatan ini melatih siswa untuk memiliki sikap jujur, disiplin, tanggung jawab, dan kerja sama. Misalnya, saat siswa harus menghitung modal dan keuntungan, mereka belajar tentang pentingnya kejujuran dalam transaksi keuangan. Saat bekerja dalam kelompok, mereka belajar tentang tanggung jawab dan kerja sama tim. Pendidikan karakter yang efektif harus melibatkan pengalaman nyata dan refleksi<sup>23</sup>. Program *Market Day* memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengalami langsung nilai-nilai karakter tersebut dalam konteks yang nyata. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan nasional Indonesia, yang menekankan pembentukan karakter siswa melalui pendidikan yang holistik.

Pendidikan karakter yang efektif harus melibatkan tiga komponen utama yaitu pengetahuan moral (*moral knowing*), perasaan moral (*moral feeling*), dan tindakan moral (*moral action*)<sup>24</sup>. Program *Market Day* memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengalami ketiga komponen tersebut secara langsung. Misalnya, siswa belajar tentang kejujuran (pengetahuan moral), merasa bangga ketika berhasil menjual produk (perasaan moral), dan bertindak jujur dalam transaksi (tindakan moral). tidak hanya memberikan dampak jangka pendek, tetapi juga memiliki potensi untuk membentuk karakter siswa dalam jangka panjang. Misalnya, siswa yang terbiasa bekerja sama dalam kelompok akan lebih mudah beradaptasi dalam lingkungan kerja di masa depan. Siswa yang terbiasa berpikir kreatif akan lebih mampu menghadapi tantangan di era ekonomi kreatif. Siswa

---

<sup>23</sup> Meisitha, L., Pujiati & Suroto (2020). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, kepribadian wirausaha dan program market day di sekolah terhadap motivasi berwirausaha siswa. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 3 (3), 18–24.

<sup>24</sup> Lickona, T. (2012). *Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect and Responsibility*. Bantam Books.

yang terbiasa jujur dan bertanggung jawab akan menjadi pribadi yang dapat dipercaya dalam kehidupan sosial dan profesional.

### ***Relevansi Program Market Day dengan Peningkatan Keterampilan Abad 21***

Keterampilan abad 21 sangat penting untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan di era globalisasi. Program *Market Day* di SDN Lalangon I telah membuktikan bahwa kegiatan praktis seperti ini dapat menjadi media efektif untuk mengembangkan keterampilan tersebut. Program ini sangat relevan dengan kebutuhan pengembangan keterampilan abad 21, yaitu 4C (*Critical Thinking, Creativity, Collaboration, dan Communication*). Berpikir kritis adalah keterampilan penting yang dibutuhkan dalam berbagai aspek kehidupan, baik akademik maupun profesional. Siswa diajak untuk berpikir kritis dalam merencanakan produk dan strategi pemasaran. Berpikir kritis melibatkan kemampuan untuk menganalisis informasi, mengevaluasi argumen, dan membuat keputusan yang tepat<sup>25</sup>. Dengan mengembangkan keterampilan ini, siswa akan lebih siap menghadapi tantangan kompleks di masa depan.

Mereka juga dituntut untuk kreatif dalam menciptakan produk yang unik dan menarik. Siswa diajak untuk menciptakan produk yang unik dan inovatif, baik dari segi desain, kemasan, maupun rasa. Misalnya, siswa dapat membuat kerajinan tangan dari bahan daur ulang atau mengembangkan resep makanan tradisional dengan sentuhan modern. Kreativitas dapat dikembangkan melalui lingkungan yang mendukung dan kegiatan yang menantang<sup>26</sup>. Dengan mengembangkan kreativitas, siswa akan lebih mampu menciptakan solusi inovatif untuk masalah yang mereka hadapi.

Kegiatan ini melibatkan siswa dalam kerja kelompok, di mana mereka harus bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Misalnya, dalam satu kelompok, ada siswa yang bertugas membuat produk, ada yang bertugas mempromosikan, dan ada yang bertugas melayani pembeli. Kegiatan ini melatih siswa untuk menghargai peran masing-masing anggota tim dan bekerja sama secara harmonis. Kolaborasi adalah keterampilan penting

---

<sup>25</sup> Herlina, N., Emmanuel, S. & Muntomimah, S. (2019). Pengembangan kegiatan market day terhadap peningkatan kemampuan kognitif anak pada kelompok b di TK Kartika iv-11 kecamatan Singosari kabupaten Malang. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran bagi Guru dan Dosen*, 3, 787–793.

<sup>26</sup> Hanik, U. *et al.* (2021). Penerapan kegiatan market day berbasis pada kolaborasi orangtua dan anak untuk mengembangkan kemandirian anak di TK Pertiwi Kragan. *Digital Learning untuk Pembangunan Berkelanjutan Menuju Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Kudus, Jawa Tengah: Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 63–68.

yang dibutuhkan dalam kehidupan sosial dan profesional. Kerja sama dalam kelompok dapat meningkatkan keterampilan sosial siswa, seperti komunikasi, negosiasi, dan resolusi konflik<sup>27</sup>. Dengan belajar bekerja sama, siswa juga memahami pentingnya kolaborasi dalam mencapai kesuksesan.

Program *Market Day* memberikan kesempatan kepada siswa untuk berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan maupun tulisan. Misalnya, siswa harus mempromosikan produk mereka melalui poster, presentasi, atau simulasi promosi langsung. Mereka juga harus berinteraksi dengan pembeli, menjelaskan keunggulan produk, dan melayani pelanggan dengan ramah. Kegiatan ini melatih siswa untuk mengungkapkan ide mereka dengan jelas dan persuasif. Komunikasi adalah keterampilan penting yang dibutuhkan dalam berbagai aspek kehidupan, baik di sekolah, pekerjaan, maupun masyarakat. Komunikasi yang efektif melibatkan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas, mendengarkan secara aktif, dan merespons dengan tepat<sup>28</sup>. Dengan mengembangkan keterampilan ini, siswa akan lebih mampu membangun hubungan yang positif dengan orang lain.

### ***Relevansi dengan Tantangan Global di Era Digital***

Di era digital seperti saat ini, program *Market Day* juga dapat dikembangkan dengan mengintegrasikan teknologi dan media digital. Misalnya, siswa dapat diajarkan untuk mempromosikan produk mereka melalui media sosial atau platform *e-commerce*. Hal ini relevan dengan kebutuhan untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan di era ekonomi digital. Integrasi teknologi dalam pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing siswa di pasar global<sup>29</sup>.

Program *Market Day* juga dapat menjadi langkah awal untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan di sekolah. Misalnya, sekolah dapat mengembangkan program lanjutan seperti inkubator bisnis siswa atau kompetisi kewirausahaan. Hal ini relevan dengan upaya untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan

---

<sup>27</sup> *Et al*

<sup>28</sup> DeVito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson.

<sup>29</sup> Pratiwi, D., & Hidayat, R. (2022). Implementasi Program *Market Day* sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 14(1), 67-78.

siswa. Ekosistem kewirausahaan di sekolah dapat menjadi katalisator untuk menciptakan generasi wirausaha yang tangguh.

### ***Relevansi dengan Konteks Sosial dan Budaya Lokal***

Program *Market Day* di SDN Lalangon I juga memiliki relevansi dengan konteks sosial dan budaya lokal Kabupaten Sumenep. Sebagai daerah yang kaya akan budaya dan potensi lokal, program ini dapat menjadi sarana untuk melestarikan dan mempromosikan budaya daerah melalui produk-produk yang dibuat oleh siswa. Misalnya, siswa dapat membuat kerajinan tangan khas Madura atau makanan tradisional yang dijual selama *Market Day*. Hal ini tidak hanya mengajarkan siswa tentang kewirausahaan, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga terhadap budaya lokal.

Siswa tidak hanya belajar tentang bisnis, tetapi juga diajak untuk memahami makna dan nilai-nilai yang terkandung dalam produk-produk budaya yang mereka buat. Misalnya, saat membuat batik tulis, siswa belajar tentang simbol-simbol dan motif yang memiliki makna filosofis dalam budaya Madura. Penguatan identitas budaya sangat penting dalam era globalisasi, di mana budaya lokal seringkali terancam oleh pengaruh budaya asing. Identitas budaya adalah bagian penting dari jati diri seseorang, yang membentuk cara mereka berpikir, bertindak, dan berinteraksi dengan orang lain<sup>30</sup>. Dengan memperkuat identitas budaya, siswa akan lebih mampu menghadapi tantangan global tanpa kehilangan akar budaya mereka.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

Program *Market Day* di SDN Lalangon I Kabupaten Sumenep telah berhasil menumbuhkan jiwa kewirausahaan, mengembangkan keterampilan abad 21 (*critical thinking, creativity, collaboration, communication*), serta memperkuat karakter dan nilai-nilai sosial-budaya lokal. Melalui kegiatan praktis ini, siswa tidak hanya belajar tentang konsep bisnis, tetapi juga mengalami langsung proses produksi, pemasaran, dan penjualan. Program ini juga memperkuat kolaborasi antara sekolah, orang tua, dan masyarakat, serta melestarikan budaya lokal melalui produk-produk kreatif siswa.

---

<sup>30</sup> Nugroho, B., & Sari, M. (2023). Dampak Program Market Day terhadap Keterampilan Sosial dan Kewirausahaan Siswa SD. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 15(2), 89-101.

Tantangan seperti manajemen waktu dan perbedaan kemampuan siswa dapat diatasi dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan inklusif.

Integrasi teknologi bisa digunakan dengan memanfaatkan media digital seperti media sosial atau *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pemasaran produk siswa. Pendampingan berkelanjutan antara Guru dan orang tua perlu terus dilakukan, terutama dalam mengelola waktu dan mengatasi tantangan selama persiapan *Market Day*. Sekolah perlu melakukan pengembangan program lanjutan seperti kompetisi kewirausahaan atau inkubator bisnis siswa untuk mempertahankan semangat kewirausahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (2019). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. New York: Routledge.
- Ayuningtyas, C. E., & Hidayah, N. (2022). Pengembangan Panduan Market Day bagi Anak SD Sebagai Internalisasi Jiwa Kewirausahaan. *Journal of food and Culinary*, 66-75.
- Cope, J. (2020). *Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications*. London: Routledge.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: Guilford Press.
- Devito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson.
- Goleman, D. (2018). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York: Bantam Books.
- Hasanah, U. (2019). Upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan market day bagi anak usia dini. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9-19.
- Hanik, U. *et al.* (2021). Penerapan kegiatan market day berbasis pada kolaborasi orangtua dan anak untuk mengembangkan kemandirian anak di TK Pertiwi Kragan. *Digital Learning untuk Pembangunan Berkelanjutan Menuju Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Kudus, Jawa Tengah: Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 63–68.
- Hardiyanto, F. D., Atmaja, H. T., & Aرسال, T. (2023). Habitus in The Implementation of Pancasila Student Profile Strengthening Project Through Entrepreneurship Project at School. *Journal of Educational Social Studies*, 12(1), 45–54.

- Herlina, N., Emmanuel, S. & Muntomimah, S. (2019). Pengembangan kegiatan market day terhadap peningkatan kemampuan kognitif anak pada kelompok b di TK Kartika iv-11 kecamatan Singosari kabupaten Malang. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran bagi Guru dan Dosen*, 3, 787-793.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2018). *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- Kolb, D. A. (2019). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New York: Pearson.
- Kurniawan, A., & Fitriani, R. (2019). Pengaruh Program Market Day terhadap Minat Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 123-134.
- Lickona, T. (2012). *Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect and Responsibility*. Bantam Books.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2021). Entrepreneurial Orientation: A Growth Strategy for the New Economy. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 105-120.
- Meisitha, L., Pujiati & Suroto (2020). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, kepribadian wirausaha dan program market day di sekolah terhadap motivasi berwirausaha siswa. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 3 (3), 18-24.
- Ningsih, P. O., & Hidayat, uhamad T. (2020). Dampak Pelaksanaan Full day school Terhadap Perkembangan Sosial Anak di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5)3(2), 524-532.
- Nugroho, B., & Sari, M. (2023). Dampak Program Market Day terhadap Keterampilan Sosial dan Kewirausahaan Siswa SD. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 15(2), 89-101.
- Pratiwi, D., & Sari, R. (2021). The Role of Parents in Supporting Children's Entrepreneurship Education in Elementary Schools. *Journal of Character Education*, 11(1), 45-56.
- Pratiwi, D., & Hidayat, R. (2022). Implementasi Program Market Day sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 14(1), 67-78.
- Purwaningsih, D., & Al Muin, N. (2021). Mengenalkan Jiwa wirausaha pada anak sejak dini melalui pendidikan informal. *Jurnal Usaha*, 2(1), 34-42.
- Sari, R., & Utami, W. (2023). Evaluasi Dampak Program Market Day terhadap Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 15(1), 89-102.

Sutarman, A., & Nuriman, A. (2023). Pengaruh kegiatan market day terhadap minat entrepreneur. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 7-12.

Wijaya, T., & Nugroho, A. (2020). Dukungan Orang Tua dalam Pendidikan Kewirausahaan Anak di Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 28(3), 123-134.

