
**PENERAPAN KEGIATAN MARKET DAY UNTUK MENINGKATKAN KARAKTER
KEWIRAUSAHAAN ANAK USIA 5-6 TAHUN DI TK PUSPAGIRI KABUPATEN
TASIKMALAYA****Ajang Ramdani¹, Alik Mutiara²**¹Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini- Institut Agama Islam Tasikmalaya²Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini- Institut Agama Islam Tasikmalayaajangramdan@gmail.com, mutiaralika23@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya karakter kewirausahaan anak usia 5–6 tahun di TK Puspagiri, yang tercermin dari kurangnya kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, kerja sama, dan rasa percaya diri. Kondisi ini disebabkan oleh metode pembelajaran yang kurang optimal serta minimnya dukungan guru dan orang tua. Tujuan penelitian adalah mengetahui perencanaan, pelaksanaan, dan hasil kegiatan Market Day dalam meningkatkan karakter kewirausahaan anak usia dini. Penelitian menggunakan metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK) model Kemmis & McTaggart dalam tiga siklus, dengan subjek 10 anak kelompok B1. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Market Day mampu meningkatkan indikator kewirausahaan secara signifikan: anak lebih kreatif dalam menghias produk, mandiri dalam menjalankan peran, bertanggung jawab terhadap barang jualan, bekerja sama, dan percaya diri saat berinteraksi. Kesimpulannya, Market Day merupakan metode kontekstual yang efektif, dan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan tema lingkungan atau digitalisasi sederhana.

Kata Kunci: Market Day, karakter kewirausahaan, anak usia dini.

ABSTRACT

This study was motivated by the low entrepreneurial character of children aged 5–6 years at TK Puspagiri, as reflected in their limited creativity, independence, responsibility, cooperation, and self-confidence. These conditions were caused by less optimal learning methods and the lack of active roles from teachers and parents in instilling entrepreneurial values. The study aimed to examine the planning, implementation, and outcomes of the Market Day activity in fostering entrepreneurial character in early childhood. The research employed Classroom Action Research (CAR) using the Kemmis and McTaggart model conducted in three cycles, with 10 children from group B1 as subjects. Data were collected through observation and documentation. The findings indicated that Market Day significantly improved entrepreneurial indicators: children became more creative in decorating products, independent in managing roles, responsible for their merchandise, cooperative, and confident in social interactions. In conclusion, Market Day proved to be an effective contextual method, and further studies may integrate it with environmental-based entrepreneurship or simple digitalization to enrich children's learning experiences.

Keywords: Market Day, Entrepreneurial Character, Early Childhood

PENDAHULUAN

Pendidikan anak usia dini (PAUD) merupakan landasan utama dalam proses pembentukan karakter dan kepribadian anak secara menyeluruh. Pada masa usia 0–6 tahun, anak berada dalam fase *golden age*, yaitu masa keemasan perkembangan yang memiliki potensi luar biasa dalam membentuk aspek kognitif, sosial, emosional, motorik, serta spiritual anak. Proses pendidikan yang dilakukan pada masa ini tidak hanya bertujuan untuk menyalurkan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap, nilai, dan karakter yang menjadi dasar kehidupan anak di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi pendidik dan orang tua untuk menciptakan lingkungan belajar yang tidak hanya akademik, namun juga mampu menanamkan nilai-nilai karakter sejak dini.

Salah satu aspek karakter yang sangat penting ditanamkan sejak dini adalah karakter kewirausahaan. Karakter ini mencakup berbagai nilai penting seperti kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, kerja sama, dan percaya diri. Penanaman karakter kewirausahaan sejak usia dini akan membantu anak menjadi pribadi yang tangguh, mandiri, dan siap menghadapi tantangan kehidupan. Sayangnya, dalam praktik di lapangan, penanaman karakter ini masih belum optimal. Banyak lembaga PAUD masih terfokus pada pencapaian kognitif, sementara aspek karakter termasuk kewirausahaan kurang mendapat perhatian yang memadai.

Dalam konteks tersebut, kegiatan pembelajaran yang kontekstual dan menyenangkan sangat diperlukan. Salah satunya adalah penerapan kegiatan *Market Day*. *Market Day* adalah kegiatan simulasi pasar mini di mana anak-anak berperan sebagai penjual dan pembeli,

serta terlibat secara langsung dalam proses jual beli. Kegiatan ini tidak hanya memperkenalkan konsep ekonomi dasar, tetapi juga menjadi sarana efektif untuk menumbuhkan berbagai nilai karakter kewirausahaan. Melalui kegiatan ini, anak belajar membuat produk, menghiasnya, menetapkan harga, melayani pembeli, hingga menghitung hasil penjualan. Interaksi yang terbangun selama proses kegiatan juga melatih kemampuan sosial dan komunikasi anak.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* memberikan dampak positif terhadap pembentukan karakter anak. Indah Permatasari (2019) menyatakan bahwa *Market Day* dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan anak usia dini seperti percaya diri, tanggung jawab, mandiri, dan kerja sama. Penelitian Rahmawati (2018) juga mengungkapkan bahwa anak-anak yang terlibat dalam *Market Day* memiliki pemahaman awal yang baik mengenai nilai ekonomi dan menunjukkan sikap yang lebih positif terhadap kegiatan berwirausaha. Namun demikian, dalam implementasinya di lapangan, kegiatan ini masih belum terprogram secara optimal. Kegiatan *Market Day* seringkali hanya dijadikan sebagai acara insidental dan belum menjadi bagian terintegrasi dalam kurikulum pembelajaran PAUD.

Permasalahan serupa terjadi di TK Puspagiri Kabupaten Tasikmalaya, di mana hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar anak belum menunjukkan indikator karakter kewirausahaan yang optimal. Berdasarkan data pra-penelitian, sebanyak 60% anak masih dalam kategori “belum berkembang” dalam aspek karakter kewirausahaan. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi

melalui metode pembelajaran yang lebih kreatif dan kontekstual, seperti Market Day, untuk membantu mengembangkan karakter kewirausahaan anak secara lebih sistematis.

TINJAUAN PUSTAKA

Pendidikan Anak Usia Dini dan Pentingnya Karakter Kewirausahaan

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) merupakan tahap fundamental dalam pembentukan kepribadian dan keterampilan hidup anak. Menurut Permendikbud Nomor 146 Tahun 2014 tentang Kurikulum 2013 PAUD, salah satu tujuan PAUD adalah menstimulasi perkembangan sikap, keterampilan, dan pengetahuan anak secara seimbang. Karakter kewirausahaan, yang meliputi kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, kerja sama, dan percaya diri, perlu ditanamkan sejak dini agar anak siap menghadapi tantangan kehidupan. Penelitian menunjukkan bahwa nilai kewirausahaan yang dikenalkan pada masa kanak-kanak dapat membentuk kebiasaan positif, daya juang, serta semangat inovasi yang bertahan hingga dewasa (Suryana, 2013; Kemdikbud, 2014).

Karakter Kewirausahaan Anak Usia Dini

Karakter kewirausahaan pada anak usia dini mencakup beberapa indikator utama, yaitu: (1) kreativitas dalam menciptakan ide dan karya, (2) kemandirian dalam menyelesaikan tugas sederhana, (3) tanggung jawab terhadap tugas maupun benda, (4) kerja sama dalam kegiatan kelompok, serta (5) rasa percaya diri ketika berinteraksi dengan orang lain. Penelitian oleh Widyastuti (2020) menegaskan bahwa stimulasi karakter kewirausahaan di TK

dapat meningkatkan kepribadian positif anak, seperti keberanian mengambil peran dan kemampuan mengelola emosi. Oleh karena itu, pembelajaran perlu menggunakan pendekatan yang kontekstual dan menyenangkan agar anak memperoleh pengalaman langsung.

Kegiatan Market Day sebagai Metode Pembelajaran Kontekstual

Market Day merupakan kegiatan simulasi pasar mini di lingkungan sekolah, di mana anak-anak berperan sebagai penjual maupun pembeli (Anggraeni, 2022). Kegiatan ini menghadirkan pengalaman belajar nyata melalui praktik jual beli sederhana, melibatkan keterampilan berhitung, komunikasi, tanggung jawab, serta kolaborasi. Menurut teori belajar kontekstual (Contextual Teaching and Learning), pengetahuan dan sikap akan lebih bermakna bila diperoleh melalui pengalaman langsung dan interaksi sosial (Johnson, 2011). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Market Day efektif menumbuhkan kreativitas, keterampilan sosial, dan karakter kewirausahaan anak usia dini (Handayani, 2019; Rahmawati, 2021).

Peran Guru dan Orang Tua dalam Menumbuhkan Kewirausahaan Anak

Guru berperan sebagai fasilitator dan motivator yang mendesain kegiatan pembelajaran berbasis pengalaman nyata, sedangkan orang tua berperan dalam memberikan dukungan, baik berupa fasilitas maupun motivasi. Kolaborasi antara guru dan orang tua dapat memperkuat nilai kewirausahaan yang ditanamkan melalui kegiatan sekolah (Lestari, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis Penelitian Tindakan Kelas (PTK) model spiral Kemmis & McTaggart yang meliputi tahapan perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi yang dilakukan secara berulang hingga mencapai hasil optimal. Pendekatan ini dipilih karena berfokus pada pemahaman proses serta dampak penerapan kegiatan Market Day terhadap perkembangan karakter kewirausahaan anak usia dini. Penelitian dilaksanakan di TK Puspagiri Kabupaten Tasikmalaya dengan subjek 10 anak kelompok B1 (5 laki-laki dan 5 perempuan) berusia 5–6 tahun. Instrumen penelitian meliputi lembar observasi karakter kewirausahaan anak, lembar observasi aktivitas guru, Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Harian (RPPH), serta dokumentasi berupa foto, video, dan catatan harian pembelajaran.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terstruktur dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis dengan model Miles & Huberman (1994) melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Indikator keberhasilan penelitian mengacu pada teori Davidson, Lickona, & Khmelkov (2014), meliputi kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, kerja sama, dan percaya diri. Setiap indikator dinilai menggunakan kategori perkembangan anak, yaitu BB (Belum Berkembang), MB (Mulai Berkembang), BSH (Berkembang Sesuai Harapan), dan BSB (Berkembang Sangat Baik). Dengan perencanaan sistematis, pelaksanaan yang terarah, serta analisis yang berkesinambungan, penelitian ini diharapkan mampu menunjukkan efektivitas kegiatan Market Day dalam

menumbuhkan karakter kewirausahaan pada anak usia dini.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian**

Penelitian tindakan kelas ini dilaksanakan dalam tiga siklus untuk meningkatkan karakter kewirausahaan anak melalui kegiatan Market Day. Pada tahap pra siklus, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anak berada pada kategori rendah: 60% anak masih dalam kategori Belum Berkembang (BB) dan 40% dalam kategori Mulai Berkembang (MB). Belum ada anak yang mencapai kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH) ataupun Berkembang Sangat Baik (BSB). Indikator kewirausahaan yang dinilai mencakup kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, kerja sama, serta rasa percaya diri. Anak-anak terlihat pasif, kurang percaya diri, dan enggan menawarkan produk tanpa pendampingan guru atau orang tua.

Memasuki Siklus I, penerapan Market Day mulai menunjukkan dampak meskipun belum signifikan. Sebanyak 30% anak masih berada pada kategori BB, 60% MB, dan baru 10% mencapai BSH. Anak mulai menunjukkan keterlibatan aktif, misalnya menghias kemasan dengan stiker dan memberi nama produk. Namun, sebagian besar anak masih bergantung pada arahan guru dan belum sepenuhnya mandiri dalam bertransaksi.

Pada Siklus II, perbaikan dilakukan dengan menambahkan latihan bermain peran, skenario jual beli, serta pendampingan lebih intensif dari guru. Hasilnya meningkat: 20% anak berada di kategori MB, 50% BSH, dan 30% BSB. Anak mulai berani

berdialog dengan pembeli, menyebutkan harga produk, dan menjaga stan secara mandiri.

Pada Siklus III, strategi pembelajaran semakin disesuaikan dengan karakteristik individu anak. Guru memberikan motivasi melalui pujian dan penghargaan simbolik seperti bintang dan stiker. Hasilnya sangat signifikan, dengan 90% anak mencapai kategori BSB dan hanya 10% di kategori BSH. Mayoritas anak antusias menyusun produk, kreatif dalam mendekorasi meja jualan, percaya diri menawarkan barang, serta mampu menyelesaikan transaksi tanpa bantuan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan Market Day efektif menumbuhkan lima indikator kewirausahaan yang diukur.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kegiatan Market Day dapat secara signifikan meningkatkan karakter kewirausahaan anak usia dini. Hal ini sejalan dengan teori Piaget yang menekankan pentingnya pengalaman konkret dalam proses belajar anak usia dini. Melalui Market Day, anak belajar tentang jual beli tidak hanya secara konsep, tetapi juga melalui pengalaman nyata, interaksi sosial, dan peran yang dijalankan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Permatasari (2019) yang menunjukkan bahwa Market Day menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui kegiatan merancang, memasarkan, dan menjual produk. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung pandangan Lickona bahwa pendidikan karakter mencakup aspek pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral. Anak-anak mampu

menunjukkan ketiganya: memahami pentingnya bersikap ramah, merasa bangga saat dipercaya, dan bertindak langsung dengan menawarkan produk kepada pembeli.

Peran guru dan orang tua juga terbukti sangat penting. Keberhasilan penelitian ini didukung oleh adanya sinergi antara perencanaan pembelajaran yang matang, pelaksanaan yang partisipatif, serta dukungan lingkungan sosial anak. Guru membimbing jalannya kegiatan, orang tua membantu menyiapkan bahan, sementara anak menjadi pelaku utama yang menginternalisasi pengalaman kewirausahaan secara nyata.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bagaimana siklus reflektif dalam PTK dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dari waktu ke waktu. Pada Siklus I anak masih pasif, Siklus II mulai berkembang, dan pada Siklus III hasilnya mencapai kategori sangat baik. Data hasil belajar juga menunjukkan peningkatan jelas: pra tindakan 30%, Siklus I 40%, Siklus II 66%, dan Siklus III 82%.

Secara keseluruhan, penerapan Market Day membuktikan efektivitasnya dalam menumbuhkan nilai kewirausahaan pada anak usia dini. Hal ini sejalan dengan teori Bruner yang menegaskan bahwa anak lebih mudah memahami konsep abstrak melalui pengalaman nyata (enaktif dan ikonik). Dengan demikian, Market Day bukan hanya sekadar permainan, tetapi juga jembatan efektif untuk mengenalkan konsep kewirausahaan sekaligus memperkuat aspek kognitif, sosial, dan emosional anak.

KESIMPULAN

Penelitian tindakan kelas yang dilaksanakan di TK Puspagiri membuktikan bahwa Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada karakter kewirausahaan anak usia 5-6 tahun setelah diterapkannya kegiatan Market Day: Dimulai dari perencanaan yang matang, pelaksanaan yang bertahap melalui tiga siklus, hingga refleksi yang berkelanjutan, seluruh proses menunjukkan perkembangan positif baik dari segi pembelajaran maupun kemampuan anak.

Data menunjukkan adanya peningkatan signifikan dari rata-rata pada pra tindakan menjadi 305 dan pada siklus III peningkatan total sebesar 82%. Permainan ini terbukti mampu meningkatkan keterlibatan, fokus, serta keterampilan berhitung anak melalui pendekatan konkret dan menyenangkan.

Selain itu, Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan Market Day merupakan strategi pembelajaran yang efektif dalam membentuk karakter kewirausahaan anak usia dini secara nyata dan menyenangkan. Kegiatan ini tidak hanya melatih kemampuan sosial dan kognitif anak, tetapi juga membiasakan anak untuk berpikir kreatif, mandiri, dan bertanggung jawab sejak usia dini.

DAFTAR PUSTKA

Anggraeni, I. (2022). Identifikasi Pembelajaran Literasi Finansial pada Pendidikan Anak Usia Dini. *Al-Marifah| Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(1), 18-38.

Arifudin, O., Hasbi, I., Setiawati, E., Lestarinigrum, A., Suyatno, A., Puspita, Y., Nugroho Catur Saputro, A., Ma, M., Harianti, R., Ahmad Hardoyo Sidik, N., & Rismawati, N. (2021). *Konsep Dasar Pendidikan Anak Usia Dini*. www.penerbitwidina.com

Arikunto, S. *Penelitian Tindakan Kelas*. (JAKARTA:PT Bumi Aksara, 2015) hlm, 10. 11-15 Basrowi dan Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, Rineka Cipta 2008), hal. 209

Davidson, Lickona & Khmelkov (2014:542)

Jean Piaget (Morrison, 2012) *Indonesian Journal of Early Childhood* Volume 1 Nomor 1, Januara 2019 e-ISSN 2655-6561

Hasamah, U. (2019). Upaya Menumbuhkan Jiwa Entreuship Melaui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8-19. www.e-journal.metrouniv.ac.id

Kemmis dan Mc Taggart (Hikmawati, 2017: 189) *Model Desain PTK*

Kurt Lewin (dalam Burn,1994, hlm.294)

NovanArdy Wiyani & Barnawi. 2012. *Format Paud*. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media

Novita, D., Astuti, L. S., & Hikmah, R. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai Mata Uang pada Siswa TK Al-Barkah. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7(3), 21964-21971 Purwanto, E. S. (2023). *Penelitian Tindakan*

-
- Kelas (1st ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Purwanto, E. S. (2023). Penelitian Tindakan Kelas (1st ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Ramdani, N. G., Fauziyyah, N., Fuadah, R., Rudiyo, S., Septiyaningrum, Y. A., Salamatussa'adah, N., & Hayani, A. (2023). Definisi dan Teori Pendekatan, Strategi, dan Metode Pembelajaran. *Indonesian Journal of Elementary Education and Teaching Innovation*, 2(1), 20–31. [https://doi.org/10.21927/ijeeti.2023.2\(1\).20-31](https://doi.org/10.21927/ijeeti.2023.2(1).20-31)
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami, Ed.; Vol. 2). ALFABETA, cv.
- Susanti, E., Fransiska, J., Zaelansyah, & Siswanto. (2019). Metode Pembelajaran Anak Usia Dini dalam Generasi Ungul dan Sukses. *Jurnal Paramurobi*, 2(2).
- Thomas Lickona, *Educating For Character: Mendidik untuk Membentuk Karakter*, terj. Juma Wadu Wamaungu dan Editor Uyu Wahyuddin dan Suryani, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm 11.
- Widiyanti, R. (2021). Pelaksanaan pembelajaran <https://repository.bbg.ac.id/handle/1156>