

STRATEGI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat
Vol. 2, No. 2, Edisi November, 2021, pp. 69 - 76

PENANAMAN JIWA *ENTREPRENEURSHIP* DAN SOSIAL EMOSIONAL PADA ANAK USIA DINI MELALUI KEGIATAN *MARKET DAY* DI RA BUNGA ISLAM MINOHOREJO WIDANG TUBAN

Dian Rustyawati, Kastuti, Hilyatul Maknunah

Instutut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

E-mail: rustyadian@gmail.com, KastutiSiddiq@gmail.com, hilya956@gmail.com.

ABSTRAK

Market day merupakan bentuk perwujudan dan aplikasi penguatan pendidikan karakter, pendidikan terintegrasi dan pendidikan kewirausahaan di sekolah yang melibatkan semua peserta didik dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi. Bertujuan untuk mengenalkan jiwa entrepreneur dan sosial emosional pada peserta didik diantaranya, karakter jujur, mandiri, kreatif, bekerja keras, pantang menyerah, teliti dan gotong-royong. Dengan diadakannya kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada negara untuk menyiapkan generasi penerus bangsa yang mampu bersaing di era global. Kegiatan market day dilaksanakan di RA Bunga Islam yang diselenggarakan oleh mahasiswa IAINU Tuban. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode studi kasus di RA Bunga Islam. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut adalah kegiatan marker day sangat berpengaruh pada jiwa entrepreneurship dan sosial emosional anak di lembaga RA Bunga Islam Desa Minohorejo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban. Hal itu ditunjukkan oleh kepercayaan diri anak saat proses jual beli berlangsung, tanggung jawab anak dalam menjaga uang hasil penjualan, mengenal berbagai nilai pecahan uang, kemampuan berkomunikasi dan bekerjasama dengan teman lain saat kegiatan sedang berlangsung, dll.

Kata kunci : Market day, entrepreneur, sosial emosional, anak usia dini

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi selalu dikembangkan di berbagai negara, baik itu negara maju maupun negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Pembangunan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sehingga setara dengan kehidupan masyarakat yang telah maju. Namun kenyataannya sebagian masyarakat di Indonesia sampai sekarang masih ketinggalan jauh apabila dibandingkan dengan negara-negara maju. Hal ini disebabkan adanya berbagai permasalahan yang dihadapi Indonesia. Disamping permasalahan modal, salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Indonesia adalah ketersediaaan

manusia-manusia unggul yang memiliki semangat dan sikap mental kewirausahaan (Hasanah, 2019: 8)

Banyak masyarakat yang mengartikan *Entrepreneur* sebagai seorang pebisnis, padahal sesungguhnya *entrepreneur* adalah sebuah sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, yang sangat bernilai dan berguna baik untuk dirinya maupun orang lain. Seperti halnya sabda Rasulullah SAW: Dari 'Ashim Ibn 'Ubaidillah dari Salim dan ayahnya. Ia berkata bahwa Rasulullah bersabda "Sesungguhnya Rasulullah menyukai orang mukmin yang berkarya" (HR. Al-Baihaqi) (Siwyanti, 2017: 53).

Banyak orang berpendapat bahwa kewirausahaan tidak dapat dipelajari melainkan merupakan sebuah proses yang panjang (*learning by doing*) dan modal utamanya adalah kreativitas. Namun ada juga yang mengatakan sebaliknya, bahwa kewirausahaan tersebut dapat dipelajari melalui lembaga pendidikan atau institusi, dan pembelajaran kewirausahaan merupakan hal penting dan utama praksis pendidikan. Di mana lembaga pendidikan tidak hanya memberikan pekerjaan, tapi juga dapat menghasilkan lapangan pekerjaan (Siwyanti, 2017: 84).

Menurut Susiyati, (2017) dalam umur 2 hingga 6 tahun anak-anak dengan berturut mempelajari suatu hal untuk beranggota sosial. Peran penting saat periode tersebut dinamai dengan sosialisasi. Proses sosialisasi berpengaruh terhadap pola asuh orangtua, kaitan saudara kandung dan teman seumurannya, situasi kediaman, dan lingkungan sekeliling kediaman anak. Disaat periode pra sekolah teman seumurannya mulai bermain peran yang bertambah berharga pada perkembangan sosial emosional anaknya. Berkaitan dengan anak-anak dan teman seumurannya yang memiliki perbedaan terhadap berbagai hal dari komunikasi mereka terhadap orang-orang dewasa. Sosial emosional anak usia dini terjadi secara bertahap sesuai dengan kemampuan mereka, dan juga tergantung pada pola asuh yang dipakai oleh orangtuanya, hubungan anak dengan keluarga serta kondisi lingkungan sekitar. Semasa sebelum sekolah anak-anak mulai memperlihatkan bagaimana cara mereka bergaul, berinteraksi dengan teman yang belum dikenal dan yang sudah dikenal (Juwita, 2022: 81).

Menurut Indra, (2017) *Market day* adalah bagian dari pendidikan yang bertujuan untuk memberikan penafsiran dan kesadaran yang pastinya lebih lengkap mengenai kehidupan, mengelola struktur emosi dan mental yang lebih seimbang, hingga membentuk perilaku sehari-hari yang lebih terang dari periode ke periode selanjutnya. Suharyoto, (2017) mengatakan *Market day* merupakan kegiatan memasarkan produk kepada teman sebaya, guru bahkan kepada orang tua yang ikut serta dalam kegiatan tersebut, kegiatan ini berbentuk bazar atau pasar yang diselenggarakan bersama-sama dengan berpropesi sebagai pembeli dan penjual, dengan adanya kegiatan ini anak dapat berinteraksi langsung dengan teman sebaya, guru dan orang tua, guna untuk menjajakan barang dagangan mereka (Juwita, 2022: 80).

Tujuan diadakannya kegiatan *Market day* untuk Anak usia dini adalah menanamkan jiwa entrepreneurship dan sosial emosional anak dimana mereka akan melakukan pembelajaran secara langsung (*Learning by doing*) seperti halnya kegiatan *Market day* yang telah di lakukan di RA Bunga Islam Minohorejo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana implementasi kegiatan *market day* terhadap kemampuan sosial emosional anak usia dini di RA Bunga Islam Minohorejo kecamatan widang kabupaten Tuban serta dengan adanya kegiatan ini diharapkan mampu menanamkan jiwa *entrepreneurship* pada anak usia dini.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah study kasus yaitu penelitian mendalam mengenai *unit* sosial tertentu yang hasilnya merupakan gambaran yang lengkap dan terorganisasi dengan baik mengenai unit tersebut (Suryabrata, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah RA Bunga Islam Jumlah sampel penelitian adalah 50 anak 1 kepala sekolah, 3 guru dan 50 wali murid, lalu dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik sampling random sederhana (*simple random sampling*), dengan cirinya ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai

kesempatan yang sama untuk dipilih dan biasa populasinya homogen, sehingga hanya diambil satu kelas yang berjumlah 24 anak di RA A Bunga Islam. Pengumpulan data ialah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Akdon, 2008). Terdapat beberapa langkah-langkah yang di tempuh dalam pelaksanaan pengumpulan data ini diantaranya adalah: (a) Teknik pengumpulan data sekunder yang diambil dari studi pustaka yang berhubungan dengan permasalahan penelitian dan digunakan sebagai penyusunan landasan teoritis dalam rangka pembahasan masalah; (b) Teknik pengumpulan data primer, yaitu peneliti langsung mengambil data dari lapangan yang berkaitan dengan permasalahan. kegiatan persiapan dan pelaksanaan marketday; (2) Wawancara, dilakukan wawancara kepada kepala sekolah, guru dan wali murid; dan (3) Dokumentasi, berupa foto-foto dan buku yang berhubungan dengan kegiatan market day.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data adalah sebagai berikut: *Pertama*, setelah pengumpulan data selesai, maka tahap selanjutnya melakukan *reduksi* data dengan menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu; *Kedua*, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi; dan *Ketiga*, penarikan simpulan dan verifikasi dari data yang telah disajikan pada tahap kedua.

Hasil dan Pembahasan

Mashud (2015:504) menjelaskan, market day merupakan salah satu contoh aplikasi pendidikan terintegrasi pendidikan kewirausahaan yang melibatkan semua peserta didik dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan produksi adalah dengan memberikan tanggung jawab kepada siswa berdasarkan kelas secara bergantian untuk membuat produk yang memiliki nilai dan bermanfaat bagi seluruh civitas academi sekolah. Untuk itu, siswa diminta untuk menjual produknya (distribusi). Sedangkan siswa yang lain, termasuk para guru bertanggung jawab sebagai konsumen (pembeli). Kegiatan market day bisa dilakukan secara mandiri (memproduksi barang sendiri) atau secara klasikal (memproduksi barang dengan

berkelompok) sesuai minat siswa dan produk yang akan dijual.

Kegiatan market day diselenggarakan sebagai bentuk perwujudan dan aplikasi penguatan pendidikan karakter di sekolah. Berbagai karakter siswa juga dapat ditumbuhkan dari kegiatan market day ini. Di antaranya, karakter jujur, mandiri, kreatif, bekerja keras, pantang menyerah, teliti dan gotong-royong. Selain itu, kegiatan market day ini sebagai wujud implementasi dari pembelajaran, Melalui kegiatan market day ini, diharapkan sekolah dapat memberikan kontribusi kepada negara untuk menyiapkan generasi penerus bangsa yang mampu bersaing di era global. Selanjutnya dapat terwujud Negara Indonesia yang sejahtera dalam bidang ekonomi, "Market day ini salah satu program sekolah dan baru pertama kali dilaksanakan, untuk mengenalkan jiwa entrepreneur. Sebagai bekal anak-anak terjun ke masyarakat setelah lulus nanti. Memang sekolah memberikan keleluasaan kepada siswa dalam menyalurkan kreativitas.

Adapun diantara tujuan dari kegiatan market day tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memberikan akses pengalaman bagi anak usia dini untuk praktik secara langsung kegiatan jual beli
2. Anak dapat mengetahui apa manfaat alat tukar berupa uang sesuai porsi barang yang akan di beli
3. Anak dapat bebas mengapresiasi atau menentukan sendiri serta memilih barang apa yang ia beli/di inginkannya
4. Aspek social emosional juga akan terealisasi di kegiatan tersebut jika, anak menemukan stand yang pembelinya padat, dan anak akan mengantri dengan sabar
5. Selain Aspek social emosional, Aspek Bahasa juga akan dilakukan antara penjual dan pembeli ketika berdialog.
6. Sedang di aspek kognitif anak dapat mengetahui nominal serta harga barang yang akan ia beli.

-
7. Kegiatan tersebut juga bertujuan menambah rasa ketersalingan antara dewan pendidik dan orang tua peserta didik, guna bagaimana menjadikan kejasama suksesnya kegiatan tersebut.

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dan kegunaan dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung adapun manfaat penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat teoritik

Secara teoritis kegiatan market day ini dapat memberikan pengetahuan dan juga masukan bahwa melalui kegiatan market day dapat meningkatkan kemampuan sosial emosional anak serta meningkatkan di enam aspek perkembangan anak.

2. Manfaat praktis

Secara praktik kegiatan market day ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Anak-anak mampu memiliki rasa percaya diri dengan menceritakan serta memamerkan hasil karya mereka di depan guru dan orang tua.
- b. Anak mampu memiliki orientasi untuk tekun mengerjakan, bekerja keras dan energik
- c. Anak mampu belajar bertanggung jawab
- d. Anak mampu mengasah jiwa kreatif, inovatif serta fleksibel.
- e. Anak mampu membangun pondasi karakter, moral, social, dan critical thinking
- f. Memperkenalkan anak pada aktivitas fisik untuk meningkatkan kecerdasan motoric anak
- g. Melatih kejujuran anak
- h. Melatih kedisiplinan anak

Kegiatan market day ini bertempat di RA Bunga Islam tepatnya di Jl. Makam Dsn. Pandan Desa Minohorejo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban. Dengan alur kegiatan sebagai berikut:

1. Kegiatan pertama dilakukan pada jam 07.00 sampai 08.00.

Anak-anak diberi arahan untuk berbaris dan melangsungkan kegiatan senam pagi sebelum acara market day di mulai. Anak-anak menirukan gerak yang di instruksikan dari mahasiswa IAINU sehingga anak-anak mudah untuk mengikutinya dengan aturan dan arahan. Anak-anak di pastikan enjoy dan senang dalam mengikuti kegiatan ini, karena jika hati anak bahgia maka kegiatan selanjutnya akan berjalan dengan lancar dan tidak akan terkendala oleh anak-anak yang rewel dan mogok ketika di ajak kegiatan selanjutnya.

Setelah anak-anak melaksanakan kegiatan senam bersama maka kegiatan selanjutnya adalah persiapan untuk melaksanakan market day sesuai dengan yang sudah di arahkan dan diatur sebelumnya. Anak-anak menuju ketempat market day untuk melakukan persiapan dengan mengambil keranjang belanja. Selanjutnya para mahasiswa IAINU akan menjelaskan alur kegiatan dan peraturannya kepada anak-anak.

2. Kegiatan kedua dilakukan pada jam 08.00 sampai 09.00.

Di jam kedua inilah kegiatan pembelajaran market day berlangsung. Anak-anak diberi tugas sebagai penjual dan pembeli. Maka barang-barang yang di jual diberi harga 2ribuan agar bisa membuat anak lebih mudah dalam memilih. Anak-anak yang bertugas sebagai pembeli harus membawa uang pecahan 2ribuan berjumlah 4 lembar untuk di belikan apa yang di inginkan oleh anak yang bertugas sebagai pembeli. Acara berlangsung dan interaksi jual beli anak juga berjalan lancar dan begitu antusias. Anak-anak pun sangat happy dan bersemangat.

3. Kegiatan ketiga jam 09.00 Sampai 09.30

Setelah kegiatan Market day berlangsung pada jam 09.00 sampai jam 09.30 anak-anak melaksanakan kegiatan istirahat, setelah belajar dalam kegiatan Market day ini anak-anak diberi kesempatan untuk menghilangkan rasa dahaganya agar nanti kegiatan terakhir anak-anak bisa fress kembali dan masih bersemangat.

4. Kegiatan keempat jam 09.30 sampai 10.30

Setelah anak-anak istirahat maka akan dilanjutkan dengan kegiatan terakhir yakni kegiatan penutup. Dalam kegiatan penutup anak-anak akan diajak untuk

bernyanyi dan melakukan berbagai macam tepuk serta recolling. Selanjutnya acara ditutup dengan foto bersama.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kegiatan *market day* adalah salah satu bentuk upaya untuk memberikan pembelajaran kepada anak usia dini, kegiatan ini berjalan dengan baik dan sukses. Hal ini dapat dilihat dari *antusiasme* peserta didik, wali murid, dan guru-guru yang bagus dan menanyakan kegiatan lanjutan di tempat mereka agar bisa meningkatkan kegiatan-kegiatan di lembaga tersebut dan dapat memberi wawasan pengetahuan tentang kegiatan pembelajaran anak usia dini sehingga membuat lembaga mempunyai potensi dalam menggali nilai pendidikan di lembaga tersebut.

Daftar Referensi

- Hasanah, U. 2019. *Upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan market day bagi anak usia dini*. 1(1), 8–19.
- Juwita, R. P., Fajriah, H., & Hijriati, P. 2022. Application of Market day Activities for Social-Emotional Abilities of Children Ages 5-6 Years in. *Kiddo : Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 3, 78–88. <https://doi.org/10.19105/kiddo.v3i2.6528>
- Siwyanti, L. 2017. *Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market day Embedding the Entrepreneurship Values through Market day Activity*. 1(1), 15–17.
- Akdon. 2008. *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi & Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sumadi, Suryabrata. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
<https://radarsemarang.jawapos.com/artikel/untukmu-guruku/2022/06/29/market-day-ajarkan-siswa-kembangkan-jiwa-kewirausahaan/>.
<https://labschoolipumj.sch.id/market-day-sebagai-implementasi-projek-based-learning/>