PG-PAUD UMC
JURNAL JENDELA BUNDA
ISSN : 2685-564X (online)
https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JJB/index

PENERAPAN *MARKET DAY* DALAM PEMBENTUKAN JIWA *ENTREPRENEURSHIP* BAGI ANAK USIA DINI

Fitri Setia Wati[1], Firdaus Permana[2]
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan[1], UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan[2],
email: fitrisetiawati220@gmail.com[1]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penerapan *market day* dan menganalisis faktor pendukung serta penghambatnya dalam membentuk jiwa *entrepreneurship* anak usia dini di RA Muslimat Dewi Aisyah. Latar belakang penelitian didasari pentingnya pendidikan kewirausahaan pada masa golden age untuk menstimulasi kemandirian, kreativitas, dan keterampilan sosial anak. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara (kepala sekolah dan guru), dan dokumentasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, sedangkan analisis data dilakukan secara interaktif mengikuti model Miles dan Huberman melalui proses reduksi, penyajian, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *market day* dilaksanakan melalui tiga tahap sistematis: (1) pra-*market day* (sosialisasi dan persiapan), (2) pelaksanaan (praktik jual beli langsung), dan (3) pasca-*market day* (refleksi dan penghitungan hasil). Kegiatan ini efektif menumbuhkan aspek keberanian, tanggung jawab, kejujuran, dan pemahaman konsep jual beli sederhana. Faktor pendukung utama adalah kolaborasi kuat sekolah-wali murid dan penyediaan modal oleh sekolah. Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterlibatan orang tua yang terlalu dominan, keterbatasan lahan, dan persiapan teknis yang belum optimal. Simpulan penelitian menggarisbawahi bahwa *market day* merupakan strategi pembelajaran berbasis pengalaman yang efektif, namun memerlukan pengelolaan partisipasi dan sumber daya yang lebih matang untuk mengoptimalkan hasilnya.

Kata Kunci : *Market day,* Jiwa *Entrepreneurship,* Anak Usia Dini

Abstract

This study aims to describe the implementation of market day and analyze the supporting and inhibiting factors in shaping the entrepreneurial spirit of early childhood at RA Muslimat Dewi Aisyah. The background of this study is based on the importance of entrepreneurship education during the golden age to stimulate children's independence, creativity, and social skills. The research used a descriptive qualitative approach with data collection techniques of observation, interviews (with the principal and teachers), and documentation. Data validity was maintained through triangulation of sources and methods, while data analysis was conducted interactively following the Miles and Huberman model through the processes of reduction, presentation, and verification of data.

The results showed that the market day was implemented through three systematic stages: (1) pre-market day (socialization and preparation), (2) implementation (direct buying and selling), and (3) post-market day (reflection and calculation of results). This activity was effective in fostering

courage, responsibility, honesty, and an understanding of simple buying and selling concepts. The main supporting factors are strong collaboration between schools and parents and the provision of capital by schools. Meanwhile, the inhibiting factors include overly dominant parental involvement, limited land, and suboptimal technical preparation. The research conclusion emphasizes that market day is an effective experience-based learning strategy, but requires more mature management of participation and resources to optimize its results.

***Keywords**: Market day, Entrepreneurial Spirit, Early Childhood*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) secara esensial merupakan proses mengintegrasikan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan nilai baru (Aris Arianto dkk., 2021). Semangat ini kian esensial dalam menjawab tantangan abad ke-21, sehingga integrasinya ke dalam dunia pendidikan, termasuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), menjadi suatu kebutuhan strategis (Suttini, 2021). Pembelajaran kewirausahaan sejak dini bukan bertujuan untuk mencetak pengusaha kecil, melainkan untuk membangun fondasi karakter seperti kemandirian, daya juang, kemampuan memecahkan masalah, dan kepercayaan diri—kompetensi yang vital dalam menghadapi dinamika kehidupan masa depan.

Masa anak usia dini, yang dikenal sebagai periode golden age, merupakan fase kritis di mana anak sangat responsif terhadap stimulasi dari lingkungan untuk pembentukan karakter dan kemampuan dasarnya (Montessori, dalam Loeziana Uce, 2021). Pada masa keemasan ini, otak anak mengalami perkembangan yang sangat pesat dan plastis, membuat mereka mudah menyerap nilai-nilai, keterampilan, dan kebiasaan melalui pengalaman langsung. Standar Nasional PAUD (Permendikbudristek Nomor 8 Tahun 2024) menegaskan pentingnya pengembangan aspek sosial-emosional dan kognitif, yang sejalan dengan tujuan pendidikan kewirausahaan. Oleh karena itu, diperlukan penerapan kurikulum yang kreatif dan kontekstual, salah satunya melalui kegiatan *market day* yang dirancang sesuai tahap perkembangan anak.

Market day merupakan simulasi kegiatan kewirausahaan di mana anak belajar secara langsung (learning by doing) untuk memasarkan produk, berinteraksi dengan pembeli, dan memahami transaksi sederhana (Sugianti, dkk., 2020). Kegiatan ini tidak hanya melatih keterampilan kognitif dan berhitung awal, tetapi juga menanamkan nilai-nilai moral seperti kemandirian, kejujuran, tanggung jawab, kerjasama, dan komunikasi interpersonal (Meilasari, 2024). Dengan demikian,

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

market day berpotensi menjadi media yang efektif untuk merealisasikan tujuan pendidikan kewirausahaan sekaligus mencapai Standar Tingkat Pencapaian Perkembangan Anak (STPPA). RA Muslimat Dewi Aisyah Desa Tegalontar menjadikan *market day* sebagai program unggulan untuk membentuk jiwa *entrepreneurship* peserta didiknya, yang juga sejalan dengan penguatan proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) pada kurikulum PAUD.

Namun, observasi awal menunjukkan bahwa pelaksanaan *market day* di lembaga tersebut masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain: (a) keterbatasan fasilitas dan waktu pelaksanaan yang hanya setahun sekali, (b) respon anak yang beragam, mulai dari kesulitan memahami transaksi hingga sikap pasif, dan (c) kebutuhan pendampingan ekstra dari guru karena anak mudah teralihkan oleh keramaian. Selain itu, peran orang tua yang dominan sering kali justru mengurangi ruang bagi anak untuk berlatih mandiri. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi ideal *market day* sebagai strategi pembelajaran yang holistik dengan implementasi faktual di lapangan yang masih terbatas oleh berbagai kendala teknis dan pedagogis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk: (1) mendeskripsikan secara mendalam penerapan kegiatan *market day* di RA Muslimat Dewi Aisyah, dan (2) menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan model pembelajaran kewirausahaan di PAUD serta menyediakan rekomendasi praktis bagi pendidik dan pemangku kebijakan untuk mengoptimalkan *market day* sebagai strategi pembelajaran yang efektif dan berkelanjutan bagi anak usia dini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan secara sistematis dan mendalam tentang fenomena penerapan *market day* dalam konteks alamiahnya di RA Muslimat Dewi Aisyah, serta menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi proses tersebut. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi makna, pengalaman, dan perspektif dari para pelaku secara langsung (Creswell, 2014). Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan fokus tunggal untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang implementasi program di satu setting tertentu. Penelitian dilaksanakan pada November 2025 dengan melibatkan

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

kepala sekolah dan dua guru kelas sebagai narasumber utama yang dipilih secara purposif berdasarkan kedalaman pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam program *market day*. Selain itu, peneliti mengamati langsung aktivitas anak dari kelompok TK B (sebagai penjual) dan TK A (sebagai pembeli) selama kegiatan berlangsung untuk menangkap dinamika perilaku dan interaksi.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi melalui tiga metode: (1) wawancara semi-terstruktur menggunakan panduan wawancara untuk menggali pandangan mendalam tentang perencanaan, implementasi, dan evaluasi program; (2) observasi partisipan pasif selama tahap pra, pelaksanaan, dan pasca *market day* untuk merekam perilaku, interaksi sosial, dan proses pembelajaran; serta (3) studi dokumentasi terhadap foto, video kegiatan, profil sekolah, dan perencanaan program untuk melengkapi dan menguatkan data primer.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang meliputi tiga tahapan yang berlangsung secara bersamaan: (1) reduksi data dengan menyaring, memfokuskan, dan mengkategorikan data mentah ke dalam tema-tema inti seperti tahapan pelaksanaan dan faktor penentu; (2) penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif yang diperkaya dengan kutipan narasumber serta matriks untuk memvisualisasikan hubungan antar tema; serta (3) penarikan kesimpulan yang diverifikasi secara berkelanjutan melalui refleksi dan diskusi dengan pembimbing. Keabsahan data (trustworthiness) dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai sumber (kepala sekolah, guru, hasil observasi, dan dokumen) serta menggunakan multiple metode pengumpulan data. Hal ini dilakukan untuk memastikan konsistensi, akurasi, dan kedalaman temuan, sehingga menghasilkan gambaran yang komprehensif, kredibel, dan objektif mengenai implementasi *market day* dalam pembentukan jiwa *entrepreneurship* anak usia dini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Kegiatan *Market day* dalam Membentuk Jiwa *Entrepreneurship*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *market day* di RA Muslimat Dewi Aisyah dilaksanakan secara sistematis melalui tiga tahap utama: (1) pra *market day*, (2) pelaksanaan *market day*, dan (3) pasca *market day*. Ketiga tahapan ini dirancang sesuai dengan karakteristik pembelajaran anak usia dini yang mengutamakan pengalaman langsung

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

(learning by doing), dimana anak belajar melalui praktik nyata dan interaksi sosial dalam konteks yang bermakna. Proses ini tidak hanya dirancang sebagai acara seremonial, tetapi sebagai sebuah siklus pembelajaran terpadu yang melibatkan aspek perencanaan, aksi, dan refleksi. Desain ini sejalan dengan prinsip pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) yang menempatkan anak sebagai subjek aktif dalam mengonstruksi pengetahuannya melalui pengalaman otentik.

Tabel 1. Ringkasan Tahapan dan Dampak *Market Day*

Tahap	Kegiatan Utama	Dampak pada Jiwa *Entrepreneurship*
Pra	- Sosialisasi peran - Koordinasi dengan orang tua - Penyediaan modal & persiapan stan	Pemahaman anak tentang kegiatan *market day*, keterlibatan oramg tua, pembelian modal
Pelaksana	- Simulasi jual beli langsung - Interaksi penjual-pembeli	Keberanian, tanggung jawab, kejujuran, amanah, pemahaman konsepe jual beli sederhana
Pasca	- Hitung hasil penjualan - *Recalling* pe ngalaman - Evaluasi kegiatan	Melalui pemahaman anak tentang market day, mengetahui hasil jualan, peningkatan
		kegiatan market day di waktu mendatang.

Tahap 1: Pra-*Market day* (Persiapan dan Sosialisasi). Kegiatan diawali dengan sosialisasi kepada anak tentang peran mereka sebagai penjual (TK B) dan pembeli (TK A). Sosialisasi dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan menggunakan alat peraga konkret untuk memastikan pemahaman anak. Selanjutnya, guru melakukan koordinasi intensif dengan wali murid melalui diskusi yang membahas tujuan kegiatan, jenis produk, serta kebutuhan logistik seperti kostum dan dekorasi stan. Forum ini menjadi ruang dialog penting di mana orang tua tidak hanya diberi informasi, tetapi juga dilibatkan dalam pengambilan keputusan sederhana, sehingga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap program. Sekolah memberikan dukungan modal operasional sebesar Rp50.000 untuk setiap kelompok yang terdiri dari 6 anak. Pemberian modal ini menjadi pembelajaran awal tentang manajemen sumber daya terbatas. Kolaborasi multipihak ini merupakan fondasi penting yang menciptakan keterlibatan semua pemangku kepentingan (Rahayu & Munadi, 2025). Persiapan fisik

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

meliputi penataan stan di halaman sekolah yang terbatas, dengan masing-masing stan diisi oleh delapan anak. Meski lahan terbatas, guru berusaha menciptakan suasana "pasar" yang menarik dengan hiasan dan penataan produk yang rapi oleh anak-anak.

Tahap 2: Pelaksanaan *Market day*. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh kepala sekolah yang menekankan semangat belajar dan kejujuran. Pada tahap ini, anak-anak secara langsung mempraktikkan proses jual beli dalam simulasi yang mendekati kondisi nyata. Hasil observasi mengungkap munculnya beberapa indikator awal jiwa *entrepreneurship*: (a) Keberanian dan percaya diri dalam menawarkan produk dan berinteraksi dengan pembeli, meski pada beberapa anak membutuhkan dorongan awal dari guru; (b) Tanggung jawab dengan menjaga barang dagangan dan mengaturnya kembali setelah dibeli; (c) Kejujuran dan amanah yang tampak dari upaya anak memberikan uang kembalian yang benar, meski masih dengan bimbingan hitung jari; serta (d) Pemahaman konsep jual beli sederhana, di mana anak mulai memahami logika transaksi “barang ditukar uang” dan bahwa harga setiap barang berbeda. Temuan ini memperkuat penelitian Hudiya dkk. (2023) yang menyatakan *market day* efektif menstimulasi aspek sosial-emosional dan kognitif dasar kewirausahaan. Namun, teramati pula bahwa partisipasi anak sangat dipengaruhi oleh pendampingan orang tua. Anak yang didampingi secara aktif dan diarahkan untuk mengambil inisiatif cenderung lebih berani, sementara anak tanpa pendampingan langsung atau yang didampingi dengan cara yang terlalu mengarahkan cenderung lebih banyak diam dan menunggu perintah.

Tahap 3: Pasca-Market Day (Penghitungan, Recalling, dan Evaluasi). Tahap penutup ini terdiri dari tiga kegiatan terstruktur yang dirancang untuk menguatkan pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan: (1) Penghitungan hasil penjualan secara bersama-sama oleh anak dan guru, yang melatih literasi finansial sederhana seperti mengenal nominal uang, menjumlahkan pendapatan, dan membandingkannya dengan modal awal; (2) Kegiatan recalling atau refleksi di hari berikutnya, di mana anak menyampaikan kesan, pesan, dan pembelajaran yang mereka peroleh melalui bercerita atau menggambar untuk mengonsolidasi pengalaman nyata; serta (3) Evaluasi kegiatan oleh guru dan sekolah. Dari evaluasi ini, guru menyimpulkan bahwa meski antusiasme tinggi dan banyak nilai positif yang didapat, keterlibatan penuh orang tua pada hari-H justru mengurangi ruang bagi anak untuk berlatih mandiri.

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

Temuan evaluasi ini menjadi dasar rekomendasi untuk menetapkan "zona belajar mandiri" bagi anak pada kegiatan mendatang (Solehudin dkk., 2025)..

Secara analitis, penerapan market day dalam pembentukan jiwa entrepreneurship di RA Muslimat Dewi Aisyah menunjukkan keberhasilan dalam menerapkan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang sesuai dengan konteks anak usia dini. Ketiga tahapan yang dilaksanakan pra, pelaksanaan, dan pasca market day membentuk siklus pembelajaran yang utuh yakni persiapan (*planning*), aksi (*doing*), dan refleksi (*reviewing*). Tahap pelaksanaan menjadi inti pembentukan jiwa entrepreneurship di mana anak terlibat langsung dalam praktik nyata jual beli, memungkinkan terjadinya penguatan nilai-nilai kewirausahaan melalui pengalaman konkret dan interaksi sosial. Meski demikian, analisis mendalam mengungkap adanya kontradiksi pedagogis yang menarik dalam proses pembentukan jiwa entrepreneurship tersebut

Meski kolaborasi orang tua adalah faktor pendukung utama, tingkat intervensi mereka yang tinggi pada hari-H justru berpotensi menghambat pencapaian tujuan kemandirian (*autonomy*) dan inisiatif (*initiative*) anak dua aspek kunci dalam teori perkembangan Erikson tentang tahap *preschool age*. Hal ini menciptakan paradoks di mana lingkungan yang dimaksudkan untuk memberdayakan justru secara tidak sadar mempertahankan ketergantungan (*dependency*). Oleh karena itu, efektivitas *market day* sebagai media pembentukan jiwa *entrepreneurship* tidak hanya bergantung pada kelengkapan prosedural ketiga tahap, tetapi lebih pada kualitas interaksi dan keseimbangan antara scaffolding (dukungan) yang diberikan orang dewasa dengan pemberian agency (keleluasaan bertindak) kepada anak. Temuan ini menyoroti pentingnya pendampingan yang bersifat fasilitatif, bukan direktif, agar proses belajar benar-benar berpusat pada anak (*child-centered*).

Tabel 2. Profil Singkat Responden dan Sumber Data Primer

No	Peran	Jml	Teknik Pengambilan Data	Fokus Informasi
1	Kepala Sekolah	1	Wawancara Mendalam	Kebijakan, tujuan program, evaluasi
2	Guru Kelas	2	Wawancara & Observasi	Pelaksanaan teknis, respons anak
3	Peserta Didik	116	Observasi Partisipan	Perilaku, interaksi, partisipasi

Sumber : Data Primer Penelitian, 2025

Tabel tersebut merepresentasikan strategi pengambilan data yang komprehensif dan triangulatif. Peneliti secara sengaja melibatkan tiga level pemangku kepentingan yang berbeda level

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

kebijakan (Kepala Sekolah), level operasional (Guru Kelas), dan level penerima manfaat langsung (Peserta Didik). Hal ini menunjukkan pendekatan penelitian yang holistik, di mana fenomena *market day* dipahami tidak hanya dari sudut pandang perancang dan pelaksana, tetapi juga dari perspektif subjek utama pembelajaran.

Teknik pengambilan data yang berbeda untuk setiap peran menunjukkan kesadaran metodologis peneliti dalam mengoptimalkan jenis data yang diperoleh. Wawancara mendalam dengan Kepala Sekolah (1 orang) tepat untuk menggali informasi makro seperti landasan filosofis, kebijakan institusional, dan evaluasi program secara menyeluruh.

Kombinasi wawancara dan observasi terhadap Guru Kelas (2 orang) memungkinkan konfirmasi antara apa yang dikatakan (persepsi dan rencana) dengan apa yang dilakukan (aksi di lapangan), terutama terkait strategi pedagogis dan respons anak. Sementara itu, Observasi Partisipan terhadap seluruh Peserta Didik (116 anak) menjadi sumber data primer yang kaya untuk menganalisis dampak kegiatan pada perilaku, dinamika sosial, dan tingkat partisipasi nyata anak, yang mungkin tidak seluruhnya tercakup dalam laporan guru.

Dengan komposisi dan metode ini, tabel ini menjadi fondasi bagi triangulasi sumber data. Informasi tentang suatu peristiwa (misalnya, efektivitas suatu metode) dapat dicek kebenarannya dengan membandingkan pernyataan kepala sekolah, pengalaman guru, dan bukti perilaku anak yang terekam observasi. Struktur ini memperkuat validitas internal penelitian, karena temuan tidak bergantung pada satu sumber atau perspektif tunggal, melainkan dibangun dari konvergensi berbagai sudut pandang yang saling melengkapi dan mengonfirmasi. Tabel 1 menunjukkan komposisi sumber data utama yang memberikan perspektif holistik, mulai dari level kebijakan hingga implementasi langsung di lapangan. Dengan triangulasi data dari ketiga sumber ini, diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika *market day*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *market day* telah dirancang dan dijalankan melalui tahapan yang terstruktur. Secara praktis, kegiatan ini berhasil memberikan pengalaman langsung kepada anak, meskipun optimalisasi peran anak pada saat pelaksanaan masih perlu ditingkatkan.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Keberhasilan pelaksanaan *market day* didukung oleh dua faktor utama. Pertama,

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

kolaborasi yang solid antara sekolah dan wali murid. Dukungan orang tua tidak hanya bersifat finansial atau material (penyediaan produk dan kostum), tetapi juga moral dengan kehadiran mereka, yang menciptakan lingkungan yang mendukung bagi anak (Hidayat dkk., 2021). Kedua, komitmen sekolah dalam menyediakan sumber daya, baik modal awal maupun fasilitas stan, menunjukkan adanya upaya institusional untuk menciptakan entrepreneurial ecosystem mikro di satuan PAUD.

Di sisi lain, penelitian juga mengidentifikasi beberapa faktor penghambat. Pertama, dominasi peran orang tua saat kegiatan berlangsung. Banyak orang tua yang tanpa sadar mengambil alih proses tawar-menawar dan transaksi, sehingga mengurangi kesempatan anak untuk mengembangkan kemandirian dan kemampuan memecahkan masalah dua komponen kunci jiwa *entrepreneurship* (Nurliana dkk., 2023).

Kedua, keterbatasan sarana prasarana, khususnya lahan yang sempit menyebabkan tata stan berjejal dan suasana sangat padat, serta ketiadaan pengeras suara yang menghambat koordinasi. Ketiga, persiapan teknis dan manajemen waktu yang belum optimal, dimana kegiatan ini hanya dilaksanakan setahun sekali sehingga kurang memberikan ruang untuk pembelajaran berulang dan penyempurnaan.

Tabel 3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan *Market day*

Kategori	Faktor	Dampak terhadap Pembelajaran *Entrepreneurship*
Pendukung	1. Kolaborasi Sekolah-Orang Tua	Meningkatkan sumber daya dan motivasi anak
	2. Penyediaan Modal oleh Sekolah	Memberikan pengalaman nyata mengelola modal usaha
Penghambat	1. Dominasi Orang Tua di Hari-H	Mengurangi kesempatan latihan kemandirian anak
	2. Keterbatasan Lahan & Sarana	Membatasi ruang gerak dan interaksi optimal
	3. Frekuensi Pelaksanaan Terbatas	Membatasi proses pembelajaran berulang dan evaluasi

Sumber: Hasil Analisis Data Penelitian, 2025

Sebagaimana dirangkum dalam Tabel 2, faktor pendukung dan penghambat saling berkaitan dan sama-sama berpengaruh besar terhadap kualitas hasil belajar. Hubungan ini bersifat dinamis dan tidak terpisahkan. Misalnya, kolaborasi sekolah-orang tua sebagai faktor pendukung dapat dengan mudah berubah menjadi dominasi sebagai faktor penghambat jika tidak dikelola dengan prinsip pemberdayaan yang jelas. Demikian pula, penyediaan modal yang menjadi fondasi pengalaman nyata

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

justru dapat kehilangan makna pendidikannya jika ruang gerak anak dibatasi oleh keterbatasan lahan. Faktor pendukung membangun fondasi dan menciptakan momentum awal, sementara faktor penghambat menunjukkan area yang memerlukan intervensi manajerial dan pedagogis ke depan, khususnya dalam hal desain ruang, regulasi partisipasi, dan penjadwalan program.

Oleh karena itu, dapat dianalisis bahwa keberhasilan *market day* sangat bergantung pada keseimbangan yang dinamis antara pemanfaatan dukungan eksternal (orang tua) dengan upaya menjaga ruang otonomi anak selama proses pembelajaran berlangsung. Keseimbangan ini merupakan kunci untuk mengatasi paradoks yang muncul. Anak membutuhkan scaffolding atau dukungan dari orang dewasa (sesuai teori Zona Perkembangan Proksimal Vygotsky) untuk melakukan hal yang belum dapat dilakukannya sendiri. Namun, dukungan ini harus bersifat sementara dan fasilitatif, dengan tujuan akhir untuk menarik diri (*fading)* sehingga anak dapat bertindak secara mandiri. Jika dukungan berubah menjadi pengambilan alih, maka pembelajaran kemandirian dan inisiatif inti dari jiwa *entrepreneurship* tidak akan tercapai.

Secara keseluruhan, penerapan *market day* di RA Muslimat Dewi Aisyah telah memenuhi prinsip pembelajaran berbasis pengalaman *(experiential learning)*. Model pembelajaran ini menekankan siklus *konkret experience, reflective observation, abstract conceptualization, dan active experimentation* (Kolb, 1984). Melalui simulasi nyata, anak tidak hanya mengenal konsep ekonomi dasar secara abstrak, tetapi lebih penting lagi, mereka berlatih menginternalisasi nilai-nilai sikap kewirausahaan seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kemandirian melalui tindakan langsung dan refleksi setelahnya. Proses ini sesuai dengan teori Vygotsky yang menekankan pentingnya interaksi sosial dalam pembelajaran (Budiyanti dkk., 2023). Dalam konteks *market day*, interaksi dengan teman sebaya sebagai pembeli, dengan guru sebagai fasilitator, dan dengan orang tua sebagai pendukung, menciptakan *community of practice* di mana pengetahuan dan nilai-nilai sosial dikonstruksi bersama.

Namun, temuan mengenai faktor penghambat, terutama dominasi orang tua, mengindikasikan adanya paradoks pedagogis yang mendalam. Di satu sisi, dukungan orang tua adalah penggerak utama yang menyediakan sumber daya fisik dan emosional; di sisi lain, jika tidak diatur dengan batasan yang jelas, dukungan tersebut justru dapat menghambat pencapaian tujuan pembelajaran kemandirian dengan menciptakan

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

ketergantungan *(dependency)* dan mengurangi kesempatan anak untuk mengalami productive struggle tantangan yang diperlukan untuk perkembangan resilien dan kemampuan pemecahan masalah. Paradoks ini mencerminkan ketegangan antara keinginan untuk melindungi *(protection)* dengan kebutuhan untuk memberdayakan *(empowerment)* dalam pendidikan anak. Oleh karena itu, ke depan diperlukan desain kegiatan yang lebih partisipatif empowering, yang secara sadar membedakan peran *(role differentiation)* setiap aktor. Desain ini menempatkan peran orang tua lebih difokuskan pada tahap persiapan (sebagai ko-perencana dan penyedia sumber daya) dan refleksi (sebagai pendengar yang mendukung), sedangkan pada saat simulasi jual beli, anak diberi ruang yang lebih luas untuk bereksplorasi, membuat keputusan, dan belajar dari konsekuensi alami dengan bimbingan minimal dari guru sebagai fasilitator yang lebih memahami prinsip pedagogi yang sesuai.

Secara integratif, penelitian ini menyimpulkan bahwa *market day* merupakan strategi pembelajaran yang potensial dan telah menunjukkan dampak positif dalam memperkenalkan kerangka (*framework*) dasar kewirausahaan. Namun, potensi tersebut akan termaksimalkan jika diiringi dengan manajemen partisipasi yang jelas mungkin melalui panduan tertulis atau briefing pra-kegiatan bagi orang tua dan penyediaan lingkungan belajar (fisik dan non-fisik) yang lebih mendukung kemandirian anak. Lingkungan fisik memerlukan penataan ruang yang memadai, sedangkan lingkungan non-fisik membutuhkan budaya yang menghargai proses belajar anak (termasuk kesalahan) di atas hasil penjualan semata.

Dengan demikian, *market day* dapat benar-benar berfungsi sebagai laboratorium mikro yang efektif untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* anak usia dini secara lebih optimal dan berkelanjutan. Laboratorium ini memungkinkan anak untuk menguji ide, mengelola risiko kecil, dan membangun identitas diri sebagai individu yang mampu (capable). Pada akhirnya, penulis meyakini bahwa keberhasilan program ini bukan diukur dari jumlah keuntungan finansial, tetapi dari kilau mata percaya diri, keberanian untuk memulai percakapan, dan sikap mandiri yang mulai tumbuh pada setiap peserta didik setelah mereka melewati pengalaman berharga ini. Indikator keberhasilan yang subtil namun powerful inilah yang menjadi bukti nyata internalisasi nilai-nilai kewirausahaan yang akan menjadi fondasi karakter mereka di masa depan.

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Penerapan Kegiatan *Market day* telah dilaksanakan secara efektif melalui tiga tahap terstruktur: (a) pra-*market day* berupa sosialisasi dan persiapan kolaboratif dengan orang tua; (b) pelaksanaan yang memfasilitasi pengalaman langsung anak dalam praktik jual beli; dan (c) pasca-*market day* berupa refleksi dan evaluasi. Proses ini terbukti menumbuhkan aspek-aspek dasar jiwa *entrepreneurship* pada anak usia dini, seperti percaya diri, tanggung jawab, kejujuran, amanah, kreativitas, serta pemahaman konsep transaksi sederhana.

Faktor Pendukung dan Penghambat menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan sangat dipengaruhi oleh dinamika ekosistem pembelajaran. Faktor pendukung utama adalah kolaborasi yang kuat antara sekolah dan orang tua, serta dukungan sumber daya dari sekolah. Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterlibatan orang tua yang terlalu dominan saat pelaksanaan, keterbatasan sarana prasarana (lahan dan alat), serta persiapan teknis yang belum optimal. Hambatan-hambatan ini mengindikasikan pentingnya pengaturan peran orang dewasa dan penyiapan lingkungan belajar yang lebih mendukung agar proses pembelajaran tetap berfokus pada kemandirian anak.

Secara keseluruhan, kegiatan *market day* merupakan strategi pembelajaran yang potensial dalam membentuk jiwa *entrepreneurship* anak usia dini. Keberlanjutan dan peningkatan kualitas kegiatan ini memerlukan pengelolaan yang lebih matang, terutama dalam menyeimbangkan dukungan eksternal dengan pemberian ruang otonomi bagi anak untuk belajar secara mandiri.

DAFTAR RUJUKAN

Arianto, A. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pa ndemi, Sumatera Barat: CV. *Insan Cendekia Mandiri*.

Budiyanti, K., Zaim, M., & Thahar, HE (2023). Teori-Teori Pendidikan Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelajaran Bahasa Abad Ke-21. Jurnal Penelitian Pendidikan , 4 (4),2471-2479. Https://Publisherqu.Com/Index.Php/Pediaqu/Article/View/3075

Hidayat, H., Aulia, N., & Tania, N. (2021). "Pengembangan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Pembelajaran Teknik Informasi Dan Komunikasi (Tik)." Jurnal Warna: Pendidikan Dan Pembelajaran Anak Usia Dini,

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon

6(1), 27-34. Https://Jurnal.Fkip-Uwgm.Ac.Id/Index.Php/Warna/Article/View/620

Hudiya, Faza Rusyda, Rantika Wulandari, Herlin Syahdina Lubis, Azriasih Putri, Sri Wahyuni, Universitas Islam, Negeri Sumatera, And Utara Medan. 2023. "Mengenalkan Jiwa Kewirausahaan Kepada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day" 1: 12–21.Https://Pusdikra-Publishing.Com/Index.Php/Jbhs/Article/Download/1643/1445.

Meilasari, Devi. 2024. "Penanaman Nilai Kewirausahaan Melalui *Market day* Pada Anak Usia Dini" 10 (1): 13–22. Https://Www.Syekhnurjati.Ac.Id/Jurnal%20/Index.Php/Awlady/Article/Do wnload/12445/5885.

Nurliana, Lati, Wati Fajzrina, Nurul Ismaiyah, Novita Loka, And Tri Mujiati. 2023. "Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneurship* Pada Anak Usia Dini Melalui Event Market Kids" 7 (3): 3486–97. Https://Doi.Org/10.31004/Obsesi.V7i3.4638.

Rahayu, Watik, And Muhammad Munadi. 2025. "*Market day* And Entrepreneurial Career Development For Early Childhood" 9 (May): 1681–92. Https://Doi.Org/10.31004/Obsesi.V9i5.7016.

Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora, 1(1), 53-61. Http://Ejournal.Yayasanpendidikandzurriyatulquran.Id/Index.Php/Qosim/Ar ticle/View/60

ISSN : 2685-564X (Online)
Copyright © 2025 Jurnal Jendela Bunda Universitas Muhammadiyah Cirebon