Contents list avaliable at Directory of Open Access Journals (DOAJ)
Aulad : Journal on Early Childhood
Volume 8 Issue 3 2025, Page 1295-1300
ISSN: 2655-4798 (Printed); 2655-433X (Online)
Journal Homepage: https://aulad.org/index.php/aulad

Strategi Dalam Menumbuhkan Keterampilan Berwirausahaan Melalui Kegiatan *Market Day*

Id'ha Tutfi Ulkhatiata[1] ✉, Unzillatur Rochma Irfah Zaidah[2], Aisyah Robiiatus Tsaaniyah[3]
Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia[(1, 2, 3)]
DOI: 10.31004/aulad.v8i3.1355

✉ Corresponding author:
[idha.tutfi@umg.ac.id]

Article Info

Kata kunci:
Keterampilan berwirausaha anak usia dini;
Market Day;
Pembelajaran kontekstual kolaboratif.

Abstrak

Keterampilan berwirausaha penting ditanamkan sejak dini karena menjadi fondasi kemandirian, kreativitas, dan daya saing anak di masa depan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi strategi pengembangan keterampilan wirausaha melalui kegiatan *Market Day* di PAUD. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan instrumen observasi, wawancara, dan dokumentasi, melibatkan guru, kepala sekolah, serta anak kelompok B. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan meliputi perencanaan terstruktur, kolaborasi dengan orang tua, bermain peran, pelibatan anak dalam pengambilan keputusan, serta refleksi pasca kegiatan. Strategi ini efektif meningkatkan rasa percaya diri, tanggung jawab, komunikasi, kreativitas, dan keterampilan sosial anak. Implikasi penelitian menegaskan pentingnya pembelajaran kontekstual dan kolaboratif di PAUD untuk menyiapkan generasi yang mandiri dan inovatif.

Keywords:
Early childhood entrepreneurial skills;
Market Day;
Contextual collaborative learning.

Abstract

Entrepreneurial skills are essential to be instilled from an early age as they form the foundation of independence, creativity, and competitiveness in the future. This study aims to identify strategies for developing entrepreneurial skills through *Market Day* activities in early childhood education. The research employed a descriptive qualitative approach with observation, interviews, and documentation as instruments, involving teachers, the principal, and children from group B. Data were analyzed through reduction, display, and thematic conclusion drawing. The findings indicate that the strategies applied include structured planning, parent collaboration, role play, children's involvement in decision-making, and post-activity reflection. These strategies effectively enhanced children's confidence, responsibility, communication, creativity, and social skills. The implications highlight the importance of contextual and collaborative learning in early childhood education to prepare independent and innovative future generations.

Received 19 August 2025; Received in revised form 20 August 2025; Accepted 30 October 2025
Available online 30 October 2025 / © 2025 The Authors. Published by Perkumpulan Pengelola Jurnal PAUD Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0)

1. PENDAHULUAN

Kemampuan berwirausaha merupakan seperangkat keterampilan, sikap, dan pengetahuan yang mendukung individu untuk mampu menciptakan, mengelola, serta mengembangkan suatu usaha dengan tujuan memperoleh manfaat ekonomi, sosial, maupun pribadi (Rananda & Nurhafizah, 2022). Secara umum, kemampuan ini mencakup kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, kemampuan berkomunikasi, problem solving, kerja sama, dan pengambilan keputusan (Zimmer & Scarborough, 2008). Menurut Suryana, kewirausahaan bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga cara berpikir dan bertindak yang berorientasi pada perubahan, kemajuan, dan penciptaan nilai tambah (Nuraeni, 2022). Untuk anak usia dini, kemampuan berwirausaha tidak dimaknai sebagai upaya mencari keuntungan materi, melainkan pengenalan nilai-nilai dasar yang membentuk sikap wirausaha. Anak usia dini dapat diperkenalkan pada aktivitas sederhana yang melatih kemandirian, tanggung jawab, dan kreativitas melalui kegiatan bermain peran jual beli, pengelolaan mainan, atau simulasi kegiatan ekonomi dalam lingkup kecil (Utami et al., 2024). Hal ini sesuai dengan prinsip *developmentally appropriate practice* yang menekankan pentingnya stimulasi keterampilan sesuai tahap perkembangan anak (Lubis, 2024).

Pendidikan kewirausahaan sejak dini memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan anak. Pertama, anak menjadi lebih percaya diri karena terbiasa menampilkan ide dan berinteraksi dengan orang lain. Kedua, anak belajar bertanggung jawab melalui tugas-tugas sederhana yang diberikan dalam kegiatan kewirausahaan (Makarau & Aprida, 2024). Ketiga, anak mengembangkan kreativitas dengan menciptakan produk atau ide baru. Keempat, anak belajar keterampilan sosial, seperti kerja sama, empati, dan komunikasi dalam konteks nyata (Sugianti et al., 2020). Selain itu, pendidikan kewirausahaan dapat menjadi fondasi bagi pembentukan karakter anak. Anak yang terbiasa berpikir kritis, berani mengambil keputusan, dan pantang menyerah sejak dini memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh menjadi individu yang mandiri dan produktif di masa dewasa (Nuraeni, 2022). Dengan kata lain, kewirausahaan di usia dini bukan sekadar tentang aktivitas jual beli, melainkan sebuah proses pembentukan karakter yang akan menentukan kesiapan anak menghadapi tantangan masa depan.

Meskipun penting, pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini di Indonesia masih menghadapi sejumlah permasalahan. Pertama, pembelajaran kewirausahaan sering dianggap tidak relevan untuk anak usia dini karena identik dengan urusan ekonomi dan bisnis orang dewasa. Pandangan ini membuat sebagian lembaga PAUD enggan mengintegrasikan kegiatan kewirausahaan dalam kurikulum mereka (Yulifaatun Mufida et al., 2024). Kedua, metode yang digunakan guru dalam mengenalkan kewirausahaan seringkali kurang kontekstual dan cenderung berupa hafalan nilai atau cerita, sehingga tidak memberi pengalaman langsung kepada anak (Ariyanti, 2016). Ketiga, minimnya pelatihan guru tentang strategi pembelajaran kewirausahaan menyebabkan implementasi di lapangan masih terbatas pada kegiatan simbolik, misalnya hanya sekadar simulasi jual beli tanpa melibatkan anak dalam proses perencanaan dan refleksi (Listiana et al., 2024). Keempat, keterlibatan orang tua dalam mendukung pendidikan kewirausahaan di rumah masih rendah. Orang tua seringkali belum memahami bahwa kegiatan sederhana, seperti mengajak anak membantu belanja atau menabung, juga merupakan bagian dari pembelajaran kewirausahaan (Iftitah, 2024). Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi alasan penting dilakukannya penelitian ini. Perlu ada model atau strategi pembelajaran yang kontekstual, aplikatif, dan melibatkan berbagai pihak, agar pendidikan kewirausahaan di PAUD tidak hanya menjadi slogan, melainkan praktik nyata yang berdampak pada perkembangan anak.

Salah satu solusi yang dapat menjawab permasalahan di atas adalah melalui kegiatan *Market Day*. Kegiatan ini dirancang sebagai ajang praktik kewirausahaan di lingkungan sekolah, di mana anak-anak berperan langsung sebagai penjual, pembeli, maupun pengelola kegiatan. Melalui *Market Day*, anak-anak dapat mengalami proses belajar yang nyata, mulai dari menyiapkan produk, menentukan harga, mempromosikan, hingga menjual barang kepada teman atau orang tua (Asmara, 2023). Kegiatan ini mampu mengatasi keterbatasan metode konvensional karena melibatkan pengalaman langsung, bukan sekadar teori. Anak terlibat aktif dalam setiap tahap, sehingga pembelajaran menjadi bermakna. Selain itu, *Market Day* juga membuka ruang kolaborasi dengan orang tua dan masyarakat sekitar, sehingga pembelajaran tidak hanya berlangsung di sekolah, tetapi juga diperkuat di rumah (Sri Idamulyani et al., 2024). Dengan demikian, kegiatan ini dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam menumbuhkan keterampilan kewirausahaan sejak dini.

Secara terminologis, *Market Day* adalah suatu kegiatan pembelajaran yang menghadirkan simulasi pasar mini di lingkungan sekolah, di mana anak-anak secara aktif terlibat dalam kegiatan jual beli dan praktik kewirausahaan sederhana. Menurut (Agustini et al., 2024) *Market Day* merupakan bentuk *experiential learning* yang menekankan pada keterlibatan anak secara langsung dalam situasi nyata, sehingga mereka dapat memahami konsep ekonomi dan kewirausahaan secara kontekstual. Keunggulan *Market Day* terletak pada sifatnya yang menyenangkan, interaktif, dan aplikatif. Pertama, kegiatan ini sesuai dengan prinsip belajar sambil bermain yang menjadi dasar pendidikan anak usia dini. Kedua, *Market Day* melatih keterampilan sosial anak melalui interaksi dengan teman sebaya, guru, maupun orang tua. Ketiga, kegiatan ini menumbuhkan sikap mandiri, percaya diri, dan kreatif, yang merupakan nilai inti kewirausahaan. Keempat, *Market Day* melibatkan berbagai pihak, termasuk guru dan orang tua, sehingga menciptakan ekosistem belajar yang kolaboratif .

Penelitian tentang pendidikan kewirausahaan di PAUD sudah pernah dilakukan, namun sebagian besar masih menekankan pada aspek teoritis atau terbatas pada simulasi sederhana. Misalnya, penelitian oleh (Rahayu &

Munadi, 2025) lebih fokus pada pengenalan konsep menabung sebagai bagian dari pendidikan kewirausahaan, tanpa melibatkan pengalaman langsung anak dalam proses jual beli. Demikian pula, penelitian oleh (Pratiwi et al., 2025) mengkaji permainan peran toko-tokoan, tetapi aktivitas tersebut terbatas pada interaksi di kelas, tidak sampai pada kegiatan terintegrasi yang melibatkan orang tua dan komunitas. Penelitian lain oleh (Purnama Triana et al., 2024) menyoroti rendahnya kreativitas guru dalam merancang kegiatan kewirausahaan di PAUD, sehingga anak kurang memperoleh pengalaman belajar nyata. Sementara itu, (Fithriyana, 2016) pentingnya peran orang tua dalam mendukung kewirausahaan anak, namun tidak menjelaskan strategi pembelajaran di sekolah secara konkret.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, studi ini menghadirkan kebaruan (*novelty*) dengan meneliti secara mendalam strategi guru dan sekolah dalam melaksanakan kegiatan *Market Day* sebagai media pendidikan kewirausahaan, kebaruan penelitian ini terletak pada: mengintegrasikan peran guru, anak, dan orang tua dalam satu kegiatan nyata, menganalisis strategi yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, hingga refleksi pasca kegiatan serta memberikan bukti empiris bahwa pembelajaran kontekstual dan kolaboratif dapat diterapkan di PAUD secara sistematis. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi guru dan sekolah dalam menumbuhkan keterampilan kewirausahaan pada anak usia dini melalui kegiatan *Market Day*, Mendeskripsikan implementasi kegiatan *Market Day* dalam pembelajaran yang menyenangkan dan bermakna serta, menganalisis dampak kegiatan *Market Day* terhadap pengembangan keterampilan dasar kewirausahaan anak, seperti percaya diri, tanggung jawab, kreativitas, kemampuan komunikasi, dan keterampilan sosial.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus menggambarkan secara mendalam strategi guru dan sekolah dalam menumbuhkan keterampilan kewirausahaan anak usia dini melalui kegiatan *Market Day*. Studi kasus dipandang relevan karena memungkinkan peneliti menganalisis fenomena secara kontekstual, mendalam, serta nyata pada satu setting sekolah tertentu, sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan bersifat holistik.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi kegiatan *Market Day* yang melibatkan guru dan anak, wawancara semi-terstruktur dengan guru, kepala sekolah, serta orang tua siswa. Sementara itu, data sekunder berasal dari dokumen berupa RPPH, catatan kegiatan, dokumentasi foto dan video, serta produk karya anak. Penggunaan dua sumber data ini dimaksudkan untuk memperkuat temuan penelitian melalui teknik triangulasi.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan studi dokumentasi. Instrumen penelitian yang digunakan mencakup pedoman observasi, pedoman wawancara, dan daftar periksa dokumentasi. Pedoman observasi difokuskan untuk mencatat keterlibatan anak dalam setiap tahapan *Market Day* dengan indikator partisipasi aktif, inisiatif, kerja sama, komunikasi, dan kemandirian. Pedoman wawancara digunakan untuk menggali strategi guru, peran kepala sekolah, serta pengalaman orang tua dengan indikator perencanaan, bentuk pelaksanaan, keterlibatan orang tua, dan refleksi pasca kegiatan. Sementara itu, daftar periksa dokumentasi digunakan untuk menilai kelengkapan dan relevansi dokumen yang diperoleh dengan indikator berupa RPPH yang memuat kegiatan *Market Day*, laporan hasil kegiatan, dokumentasi visual, serta produk karya anak.

Analisis data dilakukan secara interaktif dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap. Pertama, reduksi data, yaitu proses memilih, menyaring, serta menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Kedua, penyajian data, yaitu menyusun hasil temuan dalam bentuk narasi, tabel, maupun kutipan langsung dari wawancara agar mudah dipahami. Ketiga, penarikan kesimpulan sekaligus verifikasi yang dilakukan secara berkesinambungan hingga diperoleh gambaran utuh mengenai strategi, implementasi, serta dampak *Market Day* terhadap keterampilan kewirausahaan anak.

Adapun alur penelitian dimulai dari tahap identifikasi masalah, kemudian dilanjutkan dengan penentuan fokus penelitian serta pemilihan subjek dan lokasi. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Seluruh proses tersebut menghasilkan temuan penelitian yang kemudian dibahas lebih lanjut untuk memperoleh kesimpulan dan implikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Market Day di lembaga PAUD menjadi salah satu strategi yang dipandang efektif karena memberikan ruang bagi anak untuk belajar secara langsung mengenai proses jual beli, pengelolaan produk, hingga interaksi sosial dengan teman maupun orang dewasa. Melalui kegiatan ini, anak tidak hanya diperkenalkan dengan konsep dasar ekonomi sederhana, tetapi juga dilatih untuk mengembangkan sikap percaya diri, tanggung jawab, dan kerjasama. Oleh karena itu, hasil penelitian lapangan berikut akan menguraikan bagaimana strategi yang diterapkan guru dan sekolah dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi kegiatan Market Day sehingga mampu menumbuhkan keterampilan berwirausaha pada anak sejak usia dini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dalam menumbuhkan keterampilan berwirausahaan pada anak usia dini melalui kegiatan Market Day dilakukan dengan beberapa pendekatan yang saling melengkapi :

Pertama, perencanaan yang terstruktur menjadi langkah awal yang penting. Guru dan kepala sekolah bersama-sama menyusun kegiatan Market Day dengan tujuan jelas untuk mengenalkan proses berwirausaha sejak dini. Kepala sekolah menyatakan, "Kami merancang Market Day bukan sekadar kegiatan jual beli biasa, tapi lebih pada pembelajaran proses kewirausahaan yang menyenangkan dan bermakna bagi anak. Setiap anak diberi peran dan tanggung jawab agar mereka bisa merasakan pengalaman nyata (Nadeak et al., 2025)". Dalam wawancara lanjutan, beliau juga menambahkan dengan tersenyum.

> *"Lucu sekali waktu anak-anak latihan, ada yang sampai sibuk menghitung uang mainan sambil bilang 'Bu, saya untung banyak nih!'" dari situ terlihat mereka benar-benar menikmati prosesnya."*

Pendekatan ini sangat selaras dengan teori pembelajaran kontekstual yang dikemukakan oleh Johnson. Teori ini menegaskan bahwa pembelajaran menjadi lebih efektif dan bermakna ketika materi disusun berdasarkan konteks nyata dan relevan dengan kehidupan peserta didik (Corneasari, 2025). Dengan demikian, anak-anak tidak hanya menghafal konsep kewirausahaan, tetapi mengalami dan mempraktikkannya langsung dalam situasi yang dekat dengan dunia mereka. Perencanaan yang sistematis ini juga memastikan bahwa setiap tahap pembelajaran memiliki tujuan yang jelas, mendukung perkembangan kemampuan anak secara bertahap dan terukur (Johnson, 2002).

Kedua, kolaborasi dengan orang tua menjadi salah satu strategi kunci yang mendukung keberhasilan kegiatan ini. Guru melibatkan orang tua sejak awal dengan memberikan informasi lengkap dan mendorong peran aktif mereka dalam memfasilitasi anak, namun tetap memberikan ruang bagi anak untuk mandiri. Salah seorang orang tua menyampaikan, "Saya hanya membantu mempersiapkan bahan di rumah, tapi anak saya yang memilih dan menentukan produknya. Guru selalu mengingatkan agar anak tetap menjadi pelaku utama supaya mereka belajar bertanggung jawab." Dalam kesempatan lain, orang tua tersebut juga berkata sambil tertawa kecil.

> "*Waktu hari H, anak saya malah ngajarin saya cara jualan. Katanya, 'Bunda harus bilang, ayo beli, enak banget!' Saya jadi ikut semangat."*

Strategi ini sangat sejalan dengan teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Vygotsky. Menurut Vygotsky, perkembangan kognitif anak sangat bergantung pada interaksi sosial dengan orang dewasa dan teman sebaya dalam konteks Zona Perkembangan Proksimal (ZPD). Konsep scaffolding yang ia perkenalkan menjelaskan bahwa anak dapat mencapai perkembangan optimal dengan bantuan yang diberikan secara tepat oleh orang dewasa (Vygotsky, 1978). Dalam konteks Market Day, orang tua dan guru berperan sebagai fasilitator yang memberikan dukungan namun tetap mendorong anak untuk berinisiatif dan belajar mandiri.

Selanjutnya, ketiga yaitu pendekatan tematik dan bermain peran juga digunakan untuk menyiapkan anak sebelum Market Day berlangsung. Anak-anak diajak berperan sebagai penjual, pembeli, dan kasir dalam simulasi sederhana yang dilakukan di kelas. Guru menjelaskan, "Melalui bermain peran, anak lebih cepat memahami konsep jual beli dan belajar berkomunikasi dengan teman. Ini juga membuat mereka lebih percaya diri saat kegiatan Market Day sesungguhnya." Dalam observasi peneliti, tampak anak-anak antusias ketika bermain peran. Salah satu anak bahkan sempat berkata sambil tertawa, *"Aku jadi penjual jus, biar kayak ibu di rumah!"* Ungkapan sederhana ini menunjukkan bahwa anak mulai mengaitkan pembelajaran dengan pengalaman nyata mereka sehari-hari.

Hal ini sangat mendukung teori perkembangan kognitif dari Piaget khususnya pada tahap praoperasional, di mana anak-anak belajar secara optimal melalui aktivitas simbolik dan permainan imajinatif. Bermain peran membantu anak mengembangkan kemampuan berpikir simbolik dan memproses pengalaman sosial yang kompleks dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami (Piaget, 1997). Selain itu, teori kecerdasan majemuk Gardner juga menekankan bahwa pembelajaran yang efektif melibatkan berbagai jenis kecerdasan, seperti kecerdasan interpersonal dan linguistik, yang dapat diasah melalui aktivitas bermain peran ini (Gardner, 2003).

Selain itu, *keempat* pelibatan anak dalam seluruh proses, mulai dari memilih produk, menghitung harga, hingga evaluasi kegiatan, memberikan anak kesempatan untuk berlatih pengambilan keputusan dan meningkatkan kreativitas mereka (Darmawanti et al., 2023). Seorang guru menuturkan, "Kami ajak anak berdiskusi dan memutuskan sendiri produk apa yang akan dijual dan bagaimana menyusun stan mereka. Anak belajar bagaimana bekerja sama dan bertanggung jawab atas pilihannya". Dalam wawancara tambahan, guru tersebut menceritakan.

> *"Ada yang jualan donat, ada yang jual jus, bahkan ada yang bilang mau jual 'hiasan dari kertas' karena katanya pengin beda dari yang lain". Dari situ kelihatan banget kreativitas mereka muncul."*

Pendekatan ini sangat sesuai dengan gagasan (Gardner, 2003) tentang pentingnya pengembangan kecerdasan majemuk secara holistik. Karena dengan memberikan ruang bagi anak untuk mengambil keputusan dan bekerja secara kolaboratif, anak tidak hanya mengembangkan kecerdasan logis-matematis dalam menghitung harga, tetapi juga kecerdasan interpersonal dan intrapersonal dalam memahami peran dan tanggung jawab mereka (Fitroh & Mayangsari, 2017). Pengalaman nyata yang diperoleh melalui proses ini juga memperkuat pembelajaran

yang bersifat praktis dan kontekstual, yang akan membekali anak dengan keterampilan yang relevan untuk kehidupan sehari-hari.

Terakhir, *kelima* yaitu proses refleksi setelah kegiatan Market Day sangat berperan dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan seperti kejujuran, kerja sama, dan keberanian. Kepala sekolah menegaskan, "Refleksi membuat anak merenungkan apa yang mereka alami, belajar dari kesalahan, dan menghargai keberhasilan teman-temannya (Khusna et al., 2022). Ini penting untuk membentuk karakter kewirausahaan yang kuat". Dalam sesi refleksi yang diamati peneliti, guru bertanya santai kepada anak-anak.

> *"Siapa yang dagangannya cepat habis?" dan beberapa anak langsung mengangkat tangan sambil bersorak, "Aku, Bu!" Lalu guru menanggapi, "Wah, hebat ya. Kenapa bisa cepat habis, coba?" Salah satu anak menjawab polos, "Soalnya aku senyum terus waktu jualan."*

Momen tersebut menunjukkan bahwa anak mulai memahami nilai kerja keras, keramahan, dan semangat berinteraksi secara positif. Pendekatan ini diperkuat oleh teori pendidikan karakter yang dikemukakan oleh (Lickona, 1991). Lickona menegaskan bahwa pendidikan karakter tidak hanya sekadar mengajarkan nilai-nilai, tetapi juga harus membiasakan anak untuk melakukan refleksi secara rutin agar nilai tersebut benar-benar tertanam dalam perilaku sehari-hari. Melalui refleksi, anak belajar memahami konsekuensi dari tindakannya dan mengembangkan sikap positif yang penting untuk menjadi wirausaha yang bertanggung jawab dan etis (Desyanty, 2016) . Secara keseluruhan, strategi-strategi tersebut berhasil menumbuhkan keterampilan dasar berwirausaha pada anak usia dini, seperti rasa percaya diri, tanggung jawab, kemampuan berkomunikasi, kreativitas, dan kemampuan sosial. Kegiatan Market Day tidak hanya menjadi sarana belajar yang menyenangkan, tetapi juga efektif dalam membangun fondasi kewirausahaan yang akan berguna bagi perkembangan anak di masa depan.

4. KESIMPULAN

Strategi menumbuhkan keterampilan kewirausahaan pada anak usia dini melalui kegiatan Market Day terbukti efektif dalam mengembangkan berbagai kompetensi dasar kewirausahaan, seperti rasa percaya diri, tanggung jawab, kemampuan berkomunikasi, kreativitas, dan keterampilan sosial. Pendekatan yang terstruktur, kolaborasi dengan orang tua, penggunaan metode bermain peran, pelibatan anak dalam pengambilan keputusan, serta proses refleksi menjadi kunci keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini. Melalui pengalaman langsung dalam simulasi jual beli, anak-anak tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga merasakan dan mengaplikasikan nilai-nilai penting seperti kejujuran, kerja sama, dan keberanian dalam konteks nyata yang menyenangkan. Kegiatan Market Day tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang menyenangkan, tetapi juga membangun fondasi karakter dan keterampilan yang esensial bagi perkembangan anak di masa depan. Peran aktif guru dan dukungan orang tua yang terintegrasi dalam proses pembelajaran menjadi faktor penting yang memastikan anak mendapatkan pengalaman belajar yang optimal dan bermakna. Dengan demikian, penerapan kegiatan Market Day sebagai media pembelajaran kewirausahaan dapat menjadi model edukasi inovatif yang layak diterapkan secara luas dalam pendidikan anak usia dini untuk mempersiapkan generasi muda yang mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada kontributor penulisan karya ilmiah ini dan kepada Universitas Muhammadiyah Gresik melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat yang telah memberikan akses untuk Berkompetisi pada kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

6. REFERENCES

Agustini, R., Meilanie, R. S. M., & Pujiastuti, S. I. (2024). Enhancing Critical Thinking and Curiosity in Early Childhood Through Inquiry-Based Science Learning. *Aulad: Journal on Early Childhood*, *7*(3), 734–743. https://doi.org/10.31004/aulad.v7i3.780

Aminah, A., Hairida, H., & Hartoyo, A. (2022). Penguatan Pendidikan Karakter Peserta Didik melalui Pendekatan Pembelajaran Kontekstual di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, *6*(5), 8349–8358. https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i5.3791

Ariyanti, T. (2016). Pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini Bagi Tumbuh Kembang Anak The Importance Of Childhood Education For Child Development. *Jurnal Dinamika Pendidikan Dasar*, *8*(1), 50–58. https://doi.org/10.30595/dinamika.v8i1.943

Asmara, F. D. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day terhadap Kemampuan Bahasa Ekspresif dan Berhitung Permulaan Anak Usia Dini Kelompok B di Tk Negeri Pembina Kecamatan Subah. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, *3*(03), 529–536. https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3309

Corneasari, M. L. (2025). Mewujudkan Pendidikan yang Efektif dengan Pendekatan Kontekstual di Masyarakat. *Khidmat: Journal of Community Service*, *2*(1), 31–42. https://doi.org/10.31629/khidmat.v2i1.7056

Darmawanti, R. R., , F., & Amalia, N. F. (2023). Upaya Meningkatkan Enterepreneurship Melalui Cooking Class Pada

Anak Usia 5-6 Tahun Di Paud Al-Khusna Dingkikan Argodadi Sedayu, Bantul. *Bunayya : Jurnal Pendidikan Anak*, *9*(1), 150. https://doi.org/10.22373/bunayya.v9i1.18265

Desyanty, E. S. (2016). Kompetensi Orangtua dalam Penumbuhkembangan Jiwa Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Al Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, *2*(2), 69–84. http://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/index.php/alathfal/article/view/1268

Fithriyana, R. (2016). JURNAL PAUD TAMBUSAI Peningkatan Kewirausahaan melalui Pembelajaran dengan Menggunakan Media Budidaya pada Anak Usia Dini di TK Taqifa Bangkinang Kota Tahun 2016. *Jurnal PAUD Tambusai*, *2*(2), 26–35. https://doi.org/10.31004/obsesi.v2i2.39

Fitroh, S. F., & Mayangsari, D. (2017). Kreativitas Entrepreneurial Leadership Dalam Pembelajaran Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, *6*(2), 171–180. https://doi.org/10.21831/jpa.v6i2.17704

Gardner, H. (2003). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. Basic Books.

Iftitah, S. L. (2024). Market Day: Sharpening Children's Entrepreneurial Spirit from an Early Childhood in a Fun Way. *Kiddie: Early Childhood Education and Care Journal*, 45–53. https://doi.org/10.52593/kid.02.1.05

Johnson, E. B. (2002). *Contextual Teaching and Learning*. Corwin Press.

Khusna, N., Rosyidah, S. N., Rahma, T., & Aulia Dewi, L. N. (2022). Nilai Kreatifitas dalam Kewirausahaan Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Cooking Day di RA Roudlotusysyubban. *JECER (Journal Of Early Childhood Education And Research)*, *3*(2), 61. https://doi.org/10.19184/jecer.v3i2.32016

Lickona, T. (1991). *Educating for Character*. Bantam Books.

Listiana, H., Zilfania Qathrun Nada, Najwa Afcarina Izzati, Ririn Widiyawati, & Mohammad Holis. (2024). Model "Market Day" Sebagai Upaya Untuk Memperluas Pendekatan Pembelajaran Yang Ramah Anak di RA Nurur Rahmah. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 66–83. https://doi.org/10.19105/kiddo.v1i1.12716

Lubis, P. W. (2024). Pengenalan Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Edusiana : Jurnal Ilmu Pendidikan*. *2*(2), 161–169. https://doi.org/10.70437/edusiana.v2i2.999

Makarau, N. I., & Aprida, S. N. (2024). Penanaman Nilai-nilai Kewirausahaan pada Pembelajaran PAUD. *E-Jurnal Aksioma Al-Asas*, *5*(1), 1–14. https://doi.org/10.55171/jaa.v5i1.1077

Nadeak, S. P., Manik, Y., Rajagukguk, E., Gebriel, M., Tarigan, M. N., & Saragi, T. E. (2025). Mewujudkan Suasana Belajar Yang Menyenangkan di PAUD Melalui Fasilitas Permainan Kreatif. *JOTIKA: English and Education Cebter*, *5*(2), 25–31. https://journal.jotika.co.id/index.php/JPPMJ/article/view/197

Nuraeni, Y. A. (2022). Peran Pendidikan dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha. *Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, *1*(2), 38–53. https://doi.org/10.3709/ilpen.v1i2.18

Piaget, J. (1997). *The Psichology of Intellegence* (Edisi ke 7). Ediciones Morata.

Pratiwi, E., Latif, M. A., & Fatihatus Sholihah, Y. A. (2025). the Entrepreneur Program in Early Childhood Education Institutions: a Case Study of Market Day. *Al Hikmah Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education*, *8*(2), 288–294. https://doi.org/10.35896/ijecie.v8i2.845

Purnama Triana, N., Suzanti, L., & Deni Widjayatri, R. (2024). Aktivitas Market Day Sebagai Strategi untuk Pengembangan Entrepreneurship Skill Anak Usia Dini. *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *5*(1), 327–342.https://doi.org/10.37985/murhum.v5i1.560

Rahayu, W., & Munadi, M. (2025). Market Day and Entrepreneurial Career Development for Early Childhood. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *9(5), 1681–1692*. https://doi.org/10.31004/obsesi.v9i5.7016

Rananda, R., & Nurhafizah, N. (2022). Pengembangan E-Modul Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Makanan Tradisional di Taman Kanak Kanak. *Aulad: Journal on Early Childhood*, *5*(3), 373–382. https://doi.org/10.31004/aulad.v5i3.433

Sri Idamulyani, Bachri, B. S., & Khotimah, N. (2024). Pengaruh Market Day Terhadap Literasi Keuangan dan Kemampuan Berpikir Simbolik Anak Usia 5-6 Tahun. *Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, *6*(2), 347–354. https://doi.org/10.35473/ijec.v6i2.3273

Sugianti, S., Dewi, R., & Maemunah, S. (2020). Upaya Menumbuhkan Enterpreneurship Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day pada Kelompok B TK Aqila Yasmin Ceper Klaten Info Articles. *Sentra Cendekia*, *1*(2), 52–56. https://doi.org/10.31331/sc.v1i2.1296

Utami, C. P., Ningsih, W. L., Dari, W., Pratama, M. A., Sofwan, M., & Sholeh, M. (2024). Membangun Jiwa Kewirausahaan Pada Anak Sekolah Dasar. *PEDAGOGIKA: Jurnal Pedagogik Dan Dinamika Pendidikan*, *12*(2), 371–382.https://doi.org/10.30598/pedagogikavol12issue2page371-382

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society*. *Cambridge*. Univerrsity Press.

Yulifaatun Mufida, A., Zahrah, F., & Munastiwi, E. (2024). Traditional Market: Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *5*(1), 887–895. https://doi.org/10.37985/murhum.v5i1.447

Zimmer, W. ., & Scarborough, N. (2008). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.