

**Meningkatkan Nilai Kewirausahaan Anak Usia 5–6 Tahun Melalui Pembelajaran
Market Day Di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak**

Putri Salsabila¹, Roby Seprya², Muhammad Amin³

Info Artikel	Abstract
<p>Keywords: Entrepreneurial Values in Children; Market Day; Early Childhood Education;</p>	<p>Market day learning offers engaging and significant experiential opportunities for children aged 5 to 6 to acquire entrepreneurial values. By actively participating as vendors and purchasers, children acquire knowledge of responsibility, independence, cooperation, honesty, and communication in a contextual framework. Consequently, market day serves as an efficacious means of cultivating entrepreneurial traits from a young age. This research seeks to enhance children's entrepreneurial principles via market day activities at Aisyiyah Bustanul Athfal Kindergarten in Pulau Sarak Village, Kampar Regency. This research employed the Classroom Action Research (CAR) methodology, executed in two cycles. Each cycle has two meetings encompassing the processes of planning, implementation, observation, and reflection. The results indicated that in cycle 1, meeting 1, only 6 children (25%) attained mastery (BSH and BSB), whilst the majority were classified as Not Yet Developing (BB) and Beginning to Develop (MB). The mastery rate rose to 41.66% in cycle 1, meeting 2, then to 70.83% in cycle 2, meeting 1, and ultimately attained 91.66% in cycle 2, meeting 2. This rise signifies that entrepreneurial values are evolving effectively through a practical approach. Consequently, teacher performance in instruction improved from 58.75% (Very Poor category) to 92.5% (Very Good category). Consequently, it can be inferred that market day activities are beneficial in progressively and fully enhancing the entrepreneurial values of early children. The results indicate that market day activities enhance the entrepreneurial values of children aged 5-6 at Aisyiyah Bustanul Athfal Kindergarten, Pulau Sarak Village, Kampar Regency.</p>
<p>Kata kunci: Nilai Kewirausahaan Anak; Market day; Anak Usia Dini;</p>	<p>Abstrak Pembelajaran market day memberikan pengalaman langsung yang menyenangkan dan bermakna bagi anak usia 5–6 tahun dalam mengenal nilai- nilai kewirausahaan. Melalui keterlibatan aktif sebagai penjual dan pembeli, anak- anak belajar tentang tanggung jawab, kemandirian, kerja sama, kejujuran, dan komunikasi secara kontekstual. Dengan demikian, market day menjadi metode efektif untuk menanamkan karakter kewirausahaan sejak dini. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan nilai</p>

¹ Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Sekolah Tinggi Agama Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email: putrisalsabila.mrr2004@gmail.com

² Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Sekolah Tinggi Agama Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email: robyseprya4@gmail.com

³ Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Sekolah Tinggi Agama Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email: muhammadamin@alkifayahriau.ac.id

kewirausahaan anak melalui kegiatan market day di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak, Kabupaten Kampar. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK) yang dilaksanakan dalam dua siklus. Setiap siklus terdiri dari dua pertemuan dengan tahapan: perencanaan, pelaksanaan tindakan, observasi, dan refleksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Siklus I Pertemuan 1, hanya 6 anak (25%) yang mencapai ketuntasan (BSH dan BSB), sementara mayoritas masih dalam kategori Belum Berkembang (BB) dan Mulai Berkembang (MB). Ketuntasan meningkat menjadi 41,66% di Siklus I Pertemuan 2, kemudian 70,83% di Siklus II Pertemuan 1, dan mencapai 91,66% pada Siklus II Pertemuan 2. Peningkatan ini menunjukkan bahwa nilai kewirausahaan berkembang secara optimal melalui pendekatan praktik langsung. Sejalan dengan itu, capaian guru dalam mengajar juga meningkat dari 58,75% (kategori Sangat Kurang) menjadi 92,5% (kategori Sangat Baik). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan market day efektif dalam meningkatkan nilai kewirausahaan anak usia dini secara bertahap dan menyeluruh. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan market day dapat meningkatkan nilai kewirausahaan anak Usia 5-6 Tahun di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak Kabupaten Kampar.

Artikel Histori:

Disubmit:
18 Oktober 2025

Direvisi:
11 November 2025

Diterima:
11 November 2025

Dipublish:
15 Desember 2025

Cara Mensitasi Artikel: Salsabila, P., Seprya, R., Amin, M. (2025). Meningkatkan Nilai Kewirausahaan Anak Usia 5–6 Tahun Melalui Pembelajaran Market Day Di Tk Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak, Jurnal Ar-Raihanah, 5 (2), 462-473, <https://doi.org/10.53398/arraihanah.v5i2.819>

Korepondensi Penulis: Putri Salsabila, putrisalsabila.mrr2004@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.53398/arraihanah.v5i2.819>

PENDAHULUAN

Era sekarang ini sering dijumpai anak-anak yang telah dididik agar berkompetisi sejak kecil sebab persaingan hidup saat ini semakin meningkat setiap tahunnya (Asafri et al., 2021). Contohnya dalam keseharian anak dituntut agar lebih baik dari temannya, lebih pintar, berkompetisi mendapatkan juara kelas dan lain sebagainya, hal ini sudah diajarkan sedari kecil kepada anak. Padahal sejatinya anak tidaklah dituntut untuk selalu berhasil tetapi anak diajarkan untuk memiliki kesiapan dalam belajar (Helmawati, 2015).

Pendidikan kewirausahaan di forum pendidikan anak usia dini (PAUD) artinya salah satu upaya atau sebuah perjuangan dalam mengembangkan dan menumbuhkan karakter dan perilaku yang telah ada di diri anak (Aprilianti et al., 2021). Kewirausahaan pada dasarnya sering dimaknai oleh masyarakat secara luas sebagai seorang pebisnis yang sukses di berbagai bidang usahanya. Padahal sesungguhnya wirausaha yang sebenarnya adalah sebuah sikap, jiwa, nilai dan kemampuan agar terciptanya sesuatu hal yang baru, yang sangat berguna dan bernilai tentunya (Fithriyani, 2016).

Makna yang hampir serupa yang menyatakan bahwa wirausaha merupakan seseorang yang begitu terampil dalam memanfaatkan peluang yang ada dalam membangun dan meningkatkan kualitas usahanya. Hal ini bertujuan agar tercapainya kesejahteraan hidup (Mardia et al., 2021). Tak sedikit orang beranggapan bahwa ilmu tentang kewirausahaan tidak dapat dipelajari oleh seseorang karena

kewirausahaan adalah sebuah proses yang panjang, bukan sebuah teori dalam pembelajaran dan modal utamanya adalah sikap kreatif (Suharyoto, 2017).

Dibalik pendapat di atas ada juga pendapat yang bertolak belakang dengan pendapat sebelumnya, yang mengatakan bahwa kewirausahaan adalah sebuah ilmu yang bisa dipelajari oleh seseorang melalui sebuah lembaga-lembaga pendidikan atau institusi. Bahkan bisa dipelajari dari mana saja bahkan dari pengalaman orang lain. Belajar berwirausaha adalah hal yang sangat penting. Belajar di pendidikan wirausaha tidak hanya memberikan pekerjaan untuk seseorang. tapi bisa juga seseorang wirausaha menghasilkan lapangan pekerjaan untuk orang lain dan akan meningkatkan perekonomian negara dan perekonomian pelaku usaha itu sendiri (Natalia & Jalinus, 2021).

Negara tetangga yaitu Negara Singapura memiliki 4 % pelaku wirausaha atau pengusaha dari total jumlah penduduknya. Sedangkan Indonesia sendiri baru 0,18 % dari jumlah total penduduk Indonesia sekitar 225 juta jiwa. Hal ini bukan dipengaruhi oleh perbedaan etnis penduduknya yang berbeda. Tetapi hal ini terjadi karena adanya persentase perbedaan dalam pendidikan kewirausahaan di suatu lembaga. Di singapura pendidikan kewirausahaan dianggap sangat penting dan sudah menjadi kebutuhan bagi mereka untuk belajar kewirausahaan di suatu lembaga pendidikan. Sedangkan di Indonesia sendiri pendidikan kewirausahaan masih belum maksimal diterapkan dan bahkan belum dianggap penting untuk dilaksanakan.

Dalam pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfokus kepada jual-beli serta keuntungan saja. Tetapi juga berkaitan dengan karakter jiwa seseorang wirausahawan yang sangat penting untuk ditanamkan sedari kecil. Karena Indonesia membutuhkan SDM yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing dalam mewujudkan cita-cita bangsa dan menjadikan dirinya lebih baik (Setyowati et al., 2020). Dari hal ini membuktikan bahwa betapa pentingnya pendidikan kewirausahaan di suatu lembaga pendidikan di Indonesia. Bahkan pendidikan kewirausahaan sudah bisa diterapkan di jenjang (PAUD) pendidikan anak usia dini sekalipun.

Selain dari kurangnya penerapan pendidikan kewirausahaan di Indonesia masalah lain seperti tingginya angka pengangguran di Indonesia menjadikan permasalahan yang belum terselesaikan hingga saat ini. Berwirausaha adalah salah satu solusi dari permasalahan pengangguran di Indonesia saat ini. Hal ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan pengangguran yang semakin hari jumlahnya semakin meningkat. Apalagi di era pandemi yang melanda saat ini banyaknya orang yang kehilangan pekerjaan (Aprilianti et al., 2021).

Namun, tidak semua orang yang memiliki keberanian dalam berwirausaha karena tidak ingin memulai semuanya dari bawah. Dikarenakan takut akan resiko kerugian, perasaan tidak memiliki bakat wirausaha, tidak percaya diri, takut gagal, bingung memulai serta tidak dibiasakan dan diajarkan berwirausaha sejak kecil (Sugianti et al., 2022). Faktor yang sangat mempengaruhi kemajuan suatu negara, diantaranya adalah kewirausahaan, keterampilan dan pendidikan, infrastruktur, jasa, tidak adanya koruptor, banyaknya lapangan pekerjaan dan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas (Yusuf et al., 2021).

Menerapkan serta mengajarkan pendidikan berwirausaha kepada anak sangat bisa dilakukan yaitu dengan mengajari anak untuk berjualan atau sekedar menanamkan-sikap sikap kewirausahaan. Berjualan bukanlah sesuatu hal yang memalukan melainkan sumber belajar untuk anak, anak belajar melalui pengalamannya (Himmah, 2022). Maka ciptakanlah pengalaman-pengalaman yang baik dan bisa memberi manfaat untuk kedepannya. Rasa malu yang dirasakan anak ketika berjualan menutup satu keahlian yang seharusnya dikembangkan sejak anak usia dini. Ketika berjualan anak seakan malu dan tidak ingin melakukannya. Padahal berjualan adalah salah satu cara mengajarkan anak untuk belajar mandiri, kreatif, inovatif, pantang menyerah dan sebagainya (Oktavia, 2020).

Dalam Islam, semangat berwirausaha bahkan telah dicontohkan sejak masa Rasulullah SAW.

Berdagang adalah pekerjaan utama Nabi Muhammad sebelum diangkat menjadi Rasul. Dalam sebuah hadis disebutkan "Sembilan dari sepuluh pintu rezeki itu ada dalam perdagangan (berniaga)." (HR. Ahmad dan Al-Baihaqi). Hadis ini menunjukkan bahwa Islam memandang wirausaha sebagai jalan utama dalam mencari rezeki yang halal dan berkah. Oleh karena itu, menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini merupakan bagian dari menanamkan nilai-nilai kerja keras, kemandirian, dan keberanian yang selaras dengan ajaran agama.

Anak merupakan aset berharga bagi bangsa Indonesia. Secara tidak langsung menanamkan nilai-nilai kewirausahaan merupakan salah satu solusi alternatif mengatasi banyaknya pengangguran di Indonesia saat ini dan tumbuhnya lapangan pekerjaan. Hal ini dikarenakan anak sudah memiliki dasar jiwa kewirausahaan. Sehingga anak tidak mudah menyerah dalam memperjuangkan apapun yang sedang diperjuangkannya (Hasibuan et al., 2021). Dengan adanya kegiatan Market day dapat memberikan pengajaran kepada anak usia dini untuk belajar berwirausaha. Agar anak terbiasa dan mempermudah anak dalam menjalankan kehidupannya di masa yang anak datang (Himmah, 2022).

Allah SWT juga berfirman dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10: "Apabila salat telah ditunaikan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung." (QS. Al-Jumu'ah: 10). Ayat ini menegaskan pentingnya semangat mencari rezeki dan berusaha setelah melaksanakan kewajiban spiritual. Semangat inilah yang juga ingin ditanamkan kepada anak-anak sejak dini melalui kegiatan seperti market day.

Mengajarkan kewirausahaan sejak dini kepada anak membuat anak memiliki sikap dan jiwa seorang wirausahawan yang tangguh. Sikap tersebut antara lain seperti memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan menunjukkan sikap kemandirian dalam kehidupan. Pendidikan kewirausahaan yang sebenarnya bagi anak adalah membentuk jiwa serta mental yang terdapat pada nilai-nilai kewirausahaan, yang dibentuk secara sederhana dan mudah dipahami oleh anak (Suryana & Bayu, 2012).

Sekolah memiliki peran yang penting dalam proses internalisasi nilai-nilai. Penciptaan nilai-nilai dari sifat-sifat seorang wirausaha terjadi dalam pendidikan kewirausahaan. Sesuai dengan tingkat perkembangan siswa, Pusat Kurikulum Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional telah menetapkan 17 nilai kewirausahaan., yakni: 1) Mandiri, 2) Kreatif, 3) Berani mengambil risiko, 4) Berorientasi pada Tindakan, 5) memiliki jiwa pemimpin, 6) memiliki etos kerja tinggi/kerja keras, 7) bersikap jujur, 8) selalu disiplin, 9) Inovatif, 9) memiliki rasa tanggung jawab, 11) mampu bekerja secara kelompok/tim, 12) Pantang menyerah, 13) memiliki komitmen, 14) Realistis, 15) memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, 16) mampu berinteraksi secara komunikatif dan 17) Motivasi kuat untuk sukses (Sholeh, 2021).

Pada dasarnya Pendidikan kewirausahaan bukan hanya untuk mengajarkan kepada anak tentang cara berwirausaha, tetapi lebih memfokuskan kepada pelatihan agar anak mempunyai karakter serta mental yang kuat (Safariya et al., 2022). Salah satu contoh penerapan dari belajar berwirausaha di lingkungan PAUD diantaranya dengan diadakannya kegiatan market day di sekolah. Market day diterapkan agar memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk lebih memahami konsep dari kewirausahaan. Kegiatan market day merupakan salah satu kegiatan yang sangat bagus dikenalkan kepada anak usia dini (Lasmini & Windarsih, 2020). Program kegiatan market day diharapkan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaannya antara lain jiwa gigih, kerja keras dan pantang menyerah (Wiresti, 2021).

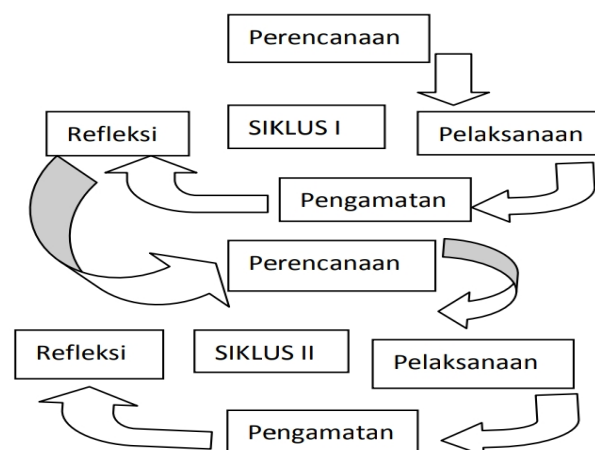
Alasan dilaksanakan penelitian ini dikarenakan peningkatan nilai-nilai kewirausahaan di TK ABA Pulau Sarak belum berjalan secara optimal. Dari observasi awal yang peneliti lakukan di lapangan ditemukan bahwa dalam pembelajaran sehari-hari guru hanya memberikan proses pembelajaran yang sesuai dengan rencana pembelajaran yang telah dibuat sebelumnya dan belum maksimal dalam

meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan kepada peserta didik, Pembelajaran di TK ABA Pulau Sarak setiap harinya menyediakan 3-4 kegiatan untuk anak yang sebagian besar kegiatan masih menggunakan lembar kerja siswa, Padahal kemampuan kewirausahaan anak usia dini perlu dimaksimalkan untuk diajarkan. sehingga penulis menganggap penting untuk meneliti masalah ini lebih dalam.

Kegiatan market day sangat cocok diterapkan di Taman Kanak-Kanak atau pada lembaga pendidikan anak usia dini, seperti halnya TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak yang memiliki Program "Market day". Dengan adanya kegiatan market day secara tidak langsung dapat meningkatkan pengetahuan anak tentang konsep berwirausaha secara sederhana dan akan meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada anak usia 5 – 6 tahun di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak Kabupaten Kampar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Tindakan kelas dengan subjek penelitian yaitu seluruh siswa kelompok B di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak. Yang berjumlah 24 anak, 15 anak laki-laki dan 9 anak perempuan. penelitian dilakukan dengan prosedur 2 siklus yagn masing-masing melalui dua pertemuan dengan 4 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, observasi tindakan dan refleksi. Tahapan pelaksanaan tindakan kelas dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar: Prosedur Penelitian Tindakan Kelas

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan tahapan 2 siklus dengan masing-masing melalui dua pertemuan. Berikut penjelasan hasil penelitian dengan lebih detail:

Siklus I

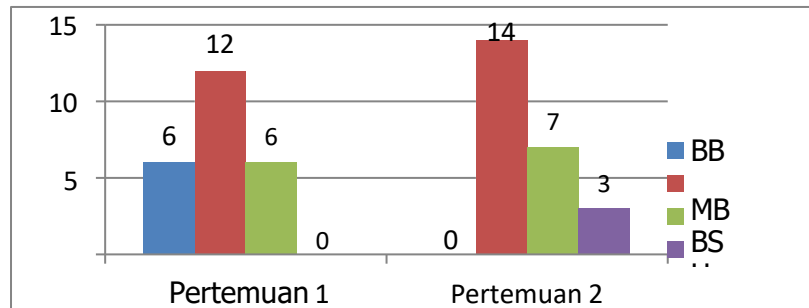
Berdasarkan aktivitas belajar anak pada siklus I pertemuan I dan II diketahui bahwa hasil belajar anak dilihat peningkatan nilai kewirausahaan anak. Perkembangan nilai kewirausahaan anak melalui kegiatan market day pada siklus I dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Nilai Kewirausahaan Siklus I Pertemuan 1 dan Pertemuan 2

Kriteria	Jumlah Anak	
	Siklus I Pertemuan 1	Siklus 1 Pertemuan 2
BB	6 Anak	-
MB	12 Anak	14 Anak
BSH	6 Anak	7 Anak
BSB	-	3 Anak
Jumlah	24 Anak	24 Anak

	25%	41,66
--	------------	--------------

Perkembangan nilai kewirausahaan anak melalui kegiatan market day pada siklus I menunjukkan adanya peningkatan yang positif meskipun belum terlalu signifikan. Berdasarkan data pada Tabel 4.8, diketahui bahwa pada pertemuan pertama terdapat 6 anak yang berada dalam kategori Belum Berkembang (BB), 12 anak dalam kategori Mulai Berkembang (MB), 6 anak dalam kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH), dan belum ada anak yang mencapai kategori Berkembang Sangat Baik (BSB). Sementara itu, pada pertemuan kedua, tidak ada lagi anak yang masuk dalam kategori Belum Berkembang, dan terdapat peningkatan jumlah anak pada kategori Mulai Berkembang menjadi 14 anak, Berkembang Sesuai Harapan sebanyak 7 anak, serta 3 anak berhasil mencapai kategori Berkembang Sangat Baik. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan gambar berikut:



Gambar 1. Diagram Perkembangan Nilai Kewirausahaan Anak pada Siklus I

Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa nilai kewirausahaan pada siklus I pertemuan 1 dari jumlah 24 anak terdapat 12 anak yang mulai berkembang dan 6 anak yang belum berkembang, namun sudah ada 6 ada yang berkembang sesuai harapan. Pada siklus I pertemuan 2 terjadi peningkatan terlihat anak belum berkembang sudah tidak ada. 14 anak dari 24 anak sudah mulai berkembang memahami beberapa indikator yang sebelumnya belum di kuasanya.

Peningkatan tersebut mencerminkan bahwa kegiatan market day mulai memberikan pengaruh terhadap pemahaman dan penerapan nilai-nilai kewirausahaan anak usia dini, seperti jujur, disiplin, kerja keras, tanggung jawab, dan rasa ingin tahu. Hal ini juga menunjukkan adanya respons positif dari anak terhadap model pembelajaran kontekstual yang diterapkan. Secara keseluruhan, persentase ketuntasan belajar berdasarkan indikator kewirausahaan meningkat dari 25% pada pertemuan pertama menjadi 41,66% pada pertemuan kedua. Dengan demikian, meskipun peningkatan yang terjadi belum maksimal, namun hasil ini mengindikasikan bahwa pendekatan market day efektif dalam mendorong perkembangan nilai kewirausahaan anak, dan pembelajaran perlu dilanjutkan serta ditingkatkan pada siklus berikutnya untuk mencapai.

Siklus II

Berdasarkan aktivitas belajar guru dan anak pada siklus II pertemuan I dan pertemuan II diketahui bahwa perkembangan nilai kewirausahaan melalui market day pada siklus II dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Rekapitulasi Nilai Kewirausahaan Anak Pada Siklus II Pertemuan I dan Pertemuan II

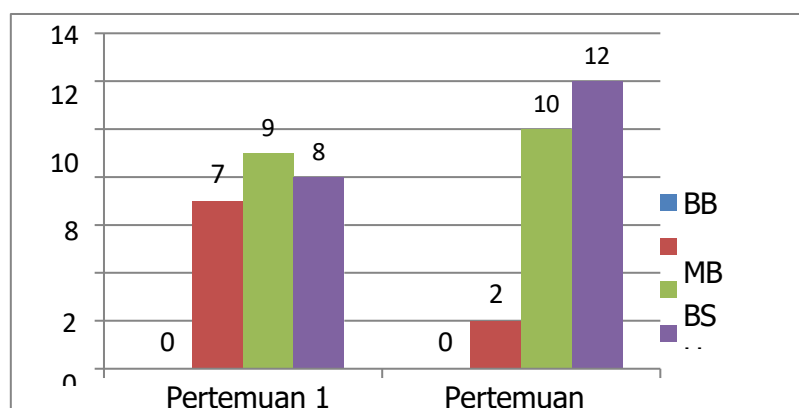
Kriteria	Jumlah Anak	
	Siklus II Pertemuan 1	Siklus II Pertemuan 2
BB		-
MB	7 Anak	2 Anak
BSH	9 Anak	10 Anak
BSB	8 Anak	12 Anak

Jumlah	24 Anak	24 Anak
Persentase	70,83%	91,66%

Dari data di atas dapat peneliti simpulkan bahwa pada siklus II, nilai kewirausahaan anak dapat dikatakan meningkat signifikan. Terlihat pada pertemuan 2 sudah tidak ada anak yang belum berkembang dan hanya ada 2 anak yang mulai berkembang. Pada Siklus II Pertemuan 1, hasil penilaian menunjukkan adanya peningkatan cukup signifikan dibandingkan dengan siklus sebelumnya, dengan distribusi nilai sebagai berikut: 7 anak berada pada kategori Mulai Berkembang (MB), 9 anak pada kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH), dan 8 anak telah mencapai kategori Berkembang Sangat Baik (BSB), serta tidak ada anak yang tergolong Belum Berkembang (BB). Anak-anak pada tahap ini mulai mampu menginternalisasi nilai-nilai dasar kewirausahaan seperti kejujuran, kerja keras, kedisiplinan, kerjasama, dan rasa ingin tahu. Mereka menunjukkan sikap jujur kepada guru dan teman, menyelesaikan tugas dengan tekun, tertib dalam mengikuti aturan, dan mulai mampu bekerja sama dalam aktivitas kelompok. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang belum berkembang secara optimal, khususnya pada dimensi kemandirian, komunikasi, kreativitas, dan tanggung jawab pribadi. Hal ini menjadi evaluasi penting bagi guru dan peneliti untuk memberikan stimulus lanjutan dalam proses pembelajaran berikutnya.

Pada Siklus II Pertemuan 2, perkembangan anak mengalami peningkatan yang sangat signifikan dan lebih merata dibandingkan pertemuan sebelumnya. Jumlah anak yang berada dalam kategori Berkembang Sangat Baik (BSB) meningkat menjadi 12 anak, sementara 10 anak berada pada kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH) dan hanya 2 anak yang masih berada pada kategori Mulai Berkembang (MB). Tidak ditemukan lagi anak pada kategori Belum Berkembang (BB).

Anak-anak tidak hanya mempertahankan indikator-indikator dasar kewirausahaan, tetapi juga menunjukkan kemajuan pada aspek-aspek yang sebelumnya masih lemah, seperti kemandirian, komunikasi, kreativitas, dan tanggung jawab. Mereka mulai mampu menyelesaikan tugas secara mandiri, menawarkan produk dengan percaya diri, berkomunikasi aktif, dan menunjukkan tanggung jawab atas peran yang diemban. Perbedaan yang mencolok antara pertemuan pertama dan kedua dalam siklus ini menunjukkan bahwa pembelajaran melalui kegiatan Market day telah memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan nilai kewirausahaan anak usia dini, baik dari segi kognitif, sosial, maupun afektif. Keberhasilan ini mencerminkan efektivitas pendekatan pembelajaran yang dilakukan guru serta perbaikan berkelanjutan yang diterapkan berdasarkan refleksi pertemuan sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan gambar berikut:



Gambar 2. Diagram Perkembangan Nilai Kewirausahaan Anak pada Siklus II

Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa nilai kewirausahaan pada siklus II

pertemuan 1 dari jumlah 24 anak terdapat 7 anak yang mulai berkembang dan tidak ada anak yang belum berkembang, lalu sudah ada 9 ada yang berkembang sesuai harapan. Pada siklus II pertemuan 2 terjadi peningkatan terlihat anak belum berkembang sudah tidak ada. 2 anak dari 24 anak sudah mulai berkembang memahami beberapa indikator yang sebelumnya belum di kuasainya. Lalu terdapat 10 anak berkembang sesuai harapan dan 12 anak berkembang sangat baik.

Pada siklus II pertemuan 1 dapat dijeaskan ketuntasan klasikal adalah 70,83%, sedangkan pada siklus II pertemuan 2 ketuntasan klasikan mencapai 91,66% yang melampaui stantar kriteria ketuntasan klasikal yaitu 80%.

Perbaikan aktivitas guru dan aktivitas anak pada siklus II sangat berpengaruh terhadap perkembangan nilai kewirausahaan melalui market day di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Desa Pulau Sarak. Dapat diketahui aktivitas belajar anak sudah meningkat, bisa dilihat dari hasil observasi peneliti terhadap guru dan anak menunjukkan bahwa proses pembelajaran mengalami peningkatan. Perbaikan kegiatan market day dan capaian mengajar guru tersebut telah mencapai tujuan yang diharapkan. Nilai kewirausahaan anak meningkat dan sudah mencapai nilai kriteria ketuntasan yang telah ditentukan berdasarkan nilai ketuntasan klasikal, dan sudah mencapai ketuntasan klasikal sebesar 80% dengan pedoman depdiknas Berdasarkan hasil refleksi, pada Siklus II Pertemuan 1, dari total 24 anak yang menjadi subjek penelitian, terdapat 7 anak yang berada pada kategori Mulai Berkembang (MB) dan tidak ada satupun anak yang tergolong dalam kategori Belum Berkembang (BB). Selain itu, 9 anak telah mencapai kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH) dan 8 anak lainnya berada dalam kategori Berkembang Sangat Baik (BSB). Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan yang cukup berarti dibandingkan siklus sebelumnya, terutama dalam hal pemahaman dan penghayatan nilai-nilai kewirausahaan. Namun demikian, tingkat ketuntasan klasikal pada pertemuan ini baru mencapai 70,8%, yang masih berada di bawah standar ketuntasan klasikal minimal yaitu 80%. Oleh karena itu, diperlukan tindakan perbaikan dan penyempurnaan dalam proses pembelajaran selanjutnya agar capaian anak semakin optimal.

Pada Siklus II Pertemuan 2, terjadi peningkatan yang signifikan dalam capaian perkembangan nilai kewirausahaan anak. Tidak ada lagi anak yang tergolong dalam kategori Belum Berkembang (BB), dan hanya tersisa 2 anak yang masih berada pada kategori Mulai Berkembang (MB). Sebanyak 10 anak telah mencapai kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH) dan 12 anak berhasil berada dalam kategori Berkembang Sangat Baik (BSB). Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan strategi pembelajaran yang telah disempurnakan oleh guru melalui refleksi dari pertemuan sebelumnya. Ketuntasan klasikal pun meningkat secara signifikan hingga mencapai 91,66%, melampaui standar minimal 80% yang telah ditetapkan. Refleksi dari hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis kegiatan Market day efektif dalam menumbuhkan dan mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan anak usia dini secara holistik, serta menegaskan pentingnya evaluasi dan perbaikan berkelanjutan dalam proses pembelajaran.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan terhadap nilai kewirausahaan anak. Berdasarkan hasil pada siklus II, peneliti dan guru kelas sepakat untuk mengakhiri perbaikan pembelajaran dalam peningkatan nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day dan penelitian tindakan kelas sudah dapat dihentikan.

Pembahasan Persiklus

Penelitian ini merupakan penelitian tindakan kelas yang dilakukan dalam dua siklus yang setiap siklus terdiri dari dua pertemuan. Setiap pertemuan terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, observasi dan refleksi. Pada siklus I, guru merencanakan pembelajaran dengan melakukan persiapan yaitu menyusun instrumen penelitian berupa menyusun silabus,

menyusun RPP, menyiapkan alat dan bahan untuk kegiatan market day, menyiapkan lembar observasi aktivitas guru, menyiapkan lembar observasi aktivitas anak, serta meminta kesediaan wali kelas dan teman sejawat sebagai observer selama proses pembelajaran.

Nilai kewirausahaan adalah nilai yang dimiliki oleh seorang wirausahawan. seorang wirausaha adalah orang yang jeli melihat peluang disekitarnya sebagaimana wirausaha adalah orang menciptakan suatu gagasan dan merealisasikan gagasan tersebut menjadi kenyataan. Seorang entrepreneur adalah seorang yang menciptakan bisnis baru, dengan menghadapi resiko dan ketidakpastian, dan yang bertujuan menggapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber-sumber daya yang di perlukan untuk mendapatkan manfaatnya (Winardi, 2003). Dalam penelitian ini terdapat 9 nilai kewirausahaan yang dinilai dan diukur melalui kegiatan market day (Meilasari & Munastiwi, 2024).

Market day merupakan salah satu contoh bentuk kegiatan pembelajaran dengan model pembelajaran Projek Based Learning (PJBL) yang termasuk salah satu model pembelajaran di kurikulum 2013. Kegiatan market day memiliki tujuan yaitu agar peserta didik mampu belajar melalui pengalamannya sendiri ketika proses kegiatan pembelajaran sedang berlangsung, sehingga kegiatan pembelajaran ini lebih bermakna dan berkesan bagi peserta didik (Kin Chaniago., 2020).

Dalam penelitian ini fenomena dapat terlihat pada nilai anak di tahap pra siklus, hasil penilaian menunjukkan bahwa sebagian besar anak masih berada pada tahap perkembangan awal dalam aspek-aspek kewirausahaan yang dinilai. Dari total 24 anak, sebanyak 19 anak masih tergolong dalam kategori Belum Berkembang (BB) dan 5 anak berada pada kategori Mulai Berkembang (MB). Capaian ini mencerminkan bahwa secara umum kemampuan anak dalam menginternalisasi nilai-nilai dasar kewirausahaan masih sangat terbatas.

Meskipun demikian, terdapat dua aspek yang menunjukkan potensi awal yang positif, yaitu pada indikator Jujur (D) dan Disiplin (E). Sebanyak 22 anak mampu menunjukkan perilaku jujur dengan tidak berbohong kepada teman maupun guru, dan 21 anak tampak mampu mengikuti aturan yang telah disepakati serta bersikap tertib dalam berkegiatan. Sementara itu, pada indikator lainnya seperti Mandiri (A), Kreatif (B), Tanggung Jawab (F), dan Komunikasi (I), belum ada anak yang menunjukkan perkembangan berarti. Rendahnya capaian pada sebagian besar aspek ini mengindikasikan bahwa diperlukan intervensi pembelajaran yang lebih terstruktur dan kontekstual agar nilai-nilai kewirausahaan dapat lebih efektif ditanamkan kepada anak. Temuan pada tahap pra siklus ini menjadi dasar penting untuk merancang tindakan perbaikan dalam siklus-siklus berikutnya.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak usia dini melalui kegiatan market day. Berdasarkan hasil observasi dan penilaian perkembangan anak dari pra siklus hingga Siklus II Pertemuan 2, tampak adanya peningkatan signifikan dalam penguasaan indikator-indikator kewirausahaan serta peningkatan kualitas proses pembelajaran.

Memasuki Siklus I Pertemuan 1, kegiatan market day mulai diimplementasikan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa dari 24 anak, hanya 6 anak (25%) mencapai kategori Berkembang Sesuai Harapan (BSH), sementara 12 anak (50%) masih pada kategori MB, dan 6 anak (25%) masih tergolong

BB. Tidak ada anak yang mencapai kategori Berkembang Sangat Baik (BSB). Persentase ketuntasan belajar hanya sebesar 25%, jauh di bawah ambang batas ketuntasan klasikal sebesar 80%. Peneliti juga mencatat bahwa anak-anak baru menunjukkan perkembangan pada indikator jujur, kerja keras, disiplin, kerja sama, dan rasa ingin tahu, namun indikator kemandirian, kreativitas, tanggung jawab, dan komunikasi belum berkembang optimal. Hal ini terjadi karena peran guru dalam pelaksanaan kegiatan masih kurang maksimal di antaranya media pembelajaran belum disiapkan secara menyeluruh, SOP pembelajaran belum diterapkan dengan baik, dan pembagian peran anak dalam simulasi jual beli belum terstruktur. Evaluasi kegiatan juga belum dilaksanakan secara

sistematis.

Capaian hasil mengajar yang dilakukan oleh peneliti masih belum mencapai tingkat yang diinginkan oleh peneliti, hal ini terlihat dari siklus I pertemuan 1 bahwasannya penilaian mengajar belum mencapai level yang diinginkan oleh penelitian yaitu masuk kategori Sangat kurang (SK). hal ini karena penelitian belum melakukan perbaikan demi perbaikan, sehingga proses pembelajaran masih belum sesuai dengan yang diinginkan. Pada siklus I pertemuan 1 capaian perkembangan mengajar guru yaitu 58,75% masuk pada kategori Sangat Kurang dengan nilai rata-rata 4,7.

Sebagaimana ditegaskan oleh Suyanto, guru memiliki peran strategis dalam membentuk karakter kewirausahaan melalui pembelajaran kontekstual yang menyenangkan. Market day sebagai bentuk experiential learning mampu menjadi media efektif dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan seperti tanggung jawab, kemandirian, dan pengambilan keputusan, sejalan dengan teori pembelajaran progresif John Dewey dan pendapat Sardiman tentang pentingnya pengalaman nyata dalam proses belajar.

Pada Siklus I Pertemuan 2, terjadi peningkatan hasil. Tidak ada lagi anak yang tergolong BB. Dari 24 anak, sebanyak 14 anak (58,33%) berada pada kategori MB, 7 anak (29,17%) pada kategori BSH, dan 3 anak (12,5%) telah mencapai kategori BSB. Ketuntasan klasikal meningkat menjadi 41,66%, naik dari sebelumnya 25%. Peningkatan ini didukung oleh perbaikan yang dilakukan guru, seperti penggunaan media yang lebih baik, penerapan SOP pembelajaran, serta peran anak dalam simulasi yang lebih terstruktur. Meskipun demikian, indikator seperti kemandirian, komunikasi, dan kreativitas masih belum muncul merata. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pembelajaran yang lebih inovatif dan berpusat pada anak agar semua indikator kewirausahaan dapat terfasilitasi.

Capaian hasil mengajar yang dilakukan oleh penelitian masih belum mencapai tingkat yang diinginkan oleh peneliti, hal ini terlihat dari siklus I pertemuan 2 bahwasannya penilaian mengajar belum mencapai level yang diinginkan oleh penelitian yaitu masuk pada kategori Kurang. Hal ini karena penelitian belum melakukan perbaikan demi perbaikan, sehingga proses pembelajaran masih belum sesuai dengan yang diinginkan. Namun dibandingkan pada siklus I pertemuan 1, nilai saat ini meningkat dari Sangat kurang ke kurang. Hal ini dapat dilihat dimana terdapat peningkatan dari 58,75% ke 67,5%, yaitu terdapat peningkatan 8,75, %.

Pada Siklus II Pertemuan 1, hasil observasi menunjukkan peningkatan signifikan. Seluruh anak telah keluar dari kategori BB. Dari 24 anak, sebanyak 7 anak (29,17%) berada pada kategori MB, 9 anak (37,5%) pada kategori BSH, dan 8 anak (33,33%) pada kategori BSB. Ketuntasan klasikal meningkat menjadi 70,83%, menunjukkan bahwa sebagian besar anak mulai memahami dan menerapkan nilai-nilai kewirausahaan dalam kegiatan. Nilai-nilai seperti kejujuran, kerja keras, disiplin, tanggung jawab, dan kemandirian mulai terlihat dalam perilaku anak. Namun demikian, masih terdapat anak yang memerlukan pendampingan agar seluruhnya mencapai indikator keberhasilan.

Capaian hasil mengajar yang dilakukan oleh penelitian sudah mencapai tingkat yang lebih baik yaitu masuk dalam kategori baik. hal ini terlihat dari siklus II pertemuan 1 bahwasanya penilaian mengajar sudah mencapai level yang diinginkan oleh penelitian yaitu baik (B) dan sangat baik (SB). namun penelitian ini masih dapat ditingkatkan untuk dapat mencapai kategori sangat baik. peneliti akan melakukan perbaikan demi perbaikan, sehingga proses pembelajaran masih belum sesuai dengan yang diinginkan. Namun dibandingkan pada siklus I pertemuan 2, nilai saat ini meningkat dari Cukup ke Baik. Hal ini dapat dilihat dimana terdapat peningkatan dari 67,5% ke 78,75%, yaitu terdapat peningkatan 11,25%. Walaupun Sudah masuk dalam kategori baik, namun persentase masih belum mencapai ketuntasan klasikal 80%. Sehingga Tindakan dilanjutkan ke siklus II pertemuan 2.

Keberhasilan ini tidak terlepas dari peningkatan kualitas pembelajaran, termasuk integrasi metode bermain sambil belajar dan keterlibatan guru dalam memfasilitasi proses secara aktif. Hal ini

sejalan dengan teori Vygotsky yang menyatakan bahwa perkembangan karakter dan kognitif anak sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial-kultural yang bermakna.

Pada Siklus II Pertemuan 2, perkembangan anak mencapai tingkat optimal. Dari total 24 anak, tidak ada yang tergolong BB, hanya 2 anak (8,33%) berada dalam kategori MB, sementara 10 anak (41,66%) berada pada kategori BSH, dan 12 anak (50%) mencapai kategori BSB. Persentase ketuntasan mencapai 91,66%, melebihi ambang batas ketuntasan klasikal 80%. Hal ini menandakan bahwa tujuan pembelajaran telah tercapai secara menyeluruh, dan kegiatan market day terbukti efektif dalam menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan secara kontekstual, menyenangkan, dan berbasis pengalaman langsung.

Sejalan dengan itu, capaian hasil mengajar juga mengalami peningkatan signifikan. Pada Siklus I Pertemuan 1, capaian pembelajaran guru masih tergolong Sangat Kurang dengan rata-rata 58,75% (nilai 4,7). Pada Siklus I Pertemuan 2, nilai meningkat menjadi 67,5% atau dalam kategori Kurang. Kemudian pada Siklus II Pertemuan 1, capaian mengajar mencapai kategori Baik dengan persentase 78,75%. Akhirnya, pada Siklus II Pertemuan 2, nilai mengajar mencapai 92,5% dan berada dalam kategori Sangat Baik. Progres ini menunjukkan bahwa perbaikan strategi mengajar, refleksi, dan perencanaan yang dilakukan peneliti berdampak positif terhadap efektivitas pembelajaran.

Dengan demikian, penelitian tindakan kelas ini menunjukkan bahwa penerapan kegiatan market day dapat meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan anak usia dini secara signifikan. Intervensi yang dilakukan telah memenuhi indikator keberhasilan, baik dari segi perkembangan anak maupun kualitas pengajaran guru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tindakan kelas selama dua siklus, pembelajaran tematik melalui kegiatan market day terbukti efektif meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan anak usia dini. Pada tahap perencanaan, guru menyiapkan perangkat pembelajaran yang sistematis, meliputi penyusunan silabus dan RPP terintegrasi dengan kegiatan market day, penyiapan bahan dan alat, serta instrumen observasi aktivitas guru dan anak. Pelaksanaan siklus I menunjukkan perlunya perbaikan karena guru belum sepenuhnya menguasai kelas dan sebagian anak belum aktif, namun pada siklus II terjadi peningkatan signifikan: guru melaksanakan pembelajaran sesuai RPP dan menguasai kelas dengan baik, sementara anak terlibat aktif dan nilai kewirausahaan meningkat bertahap dari ketuntasan 21,4% pada siklus I pertemuan pertama menjadi 91,66% pada akhir siklus II. Karakter seperti kejujuran, disiplin, kerja keras, tanggung jawab, kemandirian, dan kreativitas berkembang secara optimal, seiring peningkatan kinerja guru dari kategori "Sangat Kurang" (58,75%) menjadi "Sangat Baik" (92,5%). Dengan demikian, market day direkomendasikan sebagai strategi pembelajaran berbasis praktik yang kontekstual, menyenangkan, dan efektif untuk menumbuhkan karakter kewirausahaan anak usia dini secara holistik dan berkelanjutan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aprilianti, R., Saraswati, G., & Azis, W. A. (2021). Desain Aplikasi Efkids untuk Menstimulasi Sikap Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 97–108.
- Asafri, H., Pitriyani, P., & Rosmiati, R. (2021). Strategi Pengembangan Karakter Entrepreneurship di Sekolah. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 5085–5091.
- Fithriyani, R. (2016). Peningkatan Kewirausahaan melalui Pembelajaran dengan Menggunakan Media Budidaya pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(22), 125–135.
- Hasibuan, A., Novita, D., Tarigan, N. M. R., Yusrita, Y., & Riana, Z. (2021). Kewirausahaan. Yayasan Kita Menulis.

- Helmawati. (2015). Mengenal dan Memahami PAUD. PT Remaja Rosda Karya. Himmah, T. (2022). Pendidikan Kewirausahaan Anak Usia Dini. Penerbit Lakeisha. Kin Chaniago., D. (2020). Teman Baik. Rumah Media.
- Lasmini, L., & Windarsih, C. A. (2020). Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Dalam Kecerdasan Intrapersonal Melalui Kegiatan Market day. CERIA (Cerdas Energik Responsif Inovatif Adaptif), 3(5), 432–438.
- Mardia, M., Hasibuan, A., Simarmata, J., Lifchatullaillah, E., Saragih, L., Purba, D. S., Anggusti, M., Purba, B., Noviasuti, N., & Dewi, I. K. (2021). Kewirausahaan. In Kewirausahaan. Yayasan Kita Menulis.
- Meilasari, D., & Munastiwi, E. (2024). Penanaman Nilai Kewirausahaan Melalui Market day Pada Anak Usia Dini. AWLADY: Jurnal Pendidikan Anak, 10(1), 13–22.
- Natalia, W., & Jalinus, N. (2021). Efektivitas Pengembangan Modul Berbasis Proyek pada Mata Kuliah Kewirausahaan Akademi Komunitas Negeri Pesisir Selatan. Jurnal Edutech Undiksha, 9(2), 267.
- Oktavia, R. (2020). Kompetensi Kewirausahaan Kepala Sekolah Pada Sekolah Menengah Pertama Negeri Di Kecamatan Hiliran Gumanti Kabupaten Solok. Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan, 2(2), 596–605.
- Safariya, N., Latiana, L., & Suminar, T. (2022). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kepemimpinan Visioner Kepala Taman Kanak-Kanak (TK) Terhadap Mutu. Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 6(6), 6850–6862
- Setyowati, S., Maulidiyah, E. C., Khotimah, N., & Surabaya, U. N. (2020). Pengembangan Potensi Lembaga. JP2KG AUD. Jurnal Pendidikan, Pengasuhan, Kesehatan Dan Gizi Anak Usia Dini, 1(1), 1–16.
- Sholeh, B. (2021). Internalisasi Nilai-Nilai Kewirausahaan di Sekolah. Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora, 1(1), 53–57.
- Sugianti, Anik, N. W., Mujiati, & Wayan, N. (2022). Peran Motivasi Kerja Memediasi Kepemimpinan Transformasional Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Inspektorat Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen, 11(2), 277–296. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i02.p04>
- Suharyoto, L. S. (2017). Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market day. Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini, 1(1), 22.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Kencana.
- Winardi, J. (2003). Entrepreneur dan Entrepreneurship. Kencana Prenada Media Goup.
- Wiresti, R. D. (2021). Capaian Perkembangan Anak Usia Dini dalam Program Market day (Usia 5-6 Tahun). Penerbit NEM.
- Yusuf, I., Hartati, S., & Sumadi, T. (2021). Implementasi Pembelajaran Entrepreneurship di Taman Kanak-kanak. Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 6(3), 1158–1168