



AL QODIRI

JURNAL PENDIDIKAN, SOSIAL DAN KEAGAMAAN

Jln. Manggar 139-A Gebang Poreng Po.Box.161-Patrang Jember Jawa Timur
<http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/qodiri>

Implementasi Nilai Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Melalui *Market Day* Pada Era Industri 4.0 (Studi Kasus SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru)

Oleh:

She Fira Azka Arifin¹, Ni'matur Rochmah², Nur Rizki Septiani³

Universitas Sunan Giri Surabaya¹³, Universitas Negeri Surabaya²

shefira@unsuri.ac.id

Volume 21 Nomor 2 Agustus 2023, DOI: <https://doi.org/10.53515/qodiri> Article History_Submission: 15-06-2023 Revised: 10-07-2023 Accepted: 27-07-2023 Published: 14-08-2023

ABSTRACT

This research was conducted to determine the implementation of the market day program, the stages of its implementation, and the achievement of entrepreneurial character values at SDN Pepe Sedati and MI Darul Hikam Waru. This type of research is a qualitative descriptive study using purposive sampling and snowball sampling techniques while data analysis techniques include data reduction, data display, verification or conclusion drawing stages. The subjects of this study were teachers and students at SDN Pepe Sedati and MI Darul Hikam Waru. Based on the results of data analysis, it shows that the implementation of the market day program in each school has a different concept depending on the uniqueness of the school which is influenced by the vision and mission, as well as the policies in the school. The implementation phase of market day activities includes planning, production, buying and selling, and evaluation/reflection. In addition, the implementation of market day is able to instill entrepreneurial character values such as self-confidence, independence, caring, hard work, cooperation, social communication, creative and innovative, openness and orientation to the future, cultured, tenacity, spirit of leadership and sportsmanship, and dare to take risks. Market day activities as a means of developing entrepreneurial skills are inseparable from cognitive processes or applying knowledge and character building (affective).

Keyword: *Entrepreneurship; Market Day; Industry 4.0.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan program market day, tahapan pelaksanaannya, dan ketercapaian nilai-nilai karakter kewirausahaan di SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru. Jenis penelitian ini penelitian deskriptif kualitatif menggunakan teknik sampling purposive sampling dan snowball sampling sedangkan teknik analisa data meliputi tahap data reduksi, data display, verification atau conclusion drawing. Subjek penelitian ini yaitu guru dan siswa di SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan penerapan program market day di setiap sekolah memiliki konsep yang berbeda bergantung pada kekhasan sekolah yang dipengaruhi visi-misi, maupun kebijakan di sekolah. Tahap pelaksanaan kegiatan marketday meliputi perencanaan, produksi, jual beli, dan evaluasi/refleksi. Selain itu, pelaksanaan market day mampu menanamkan nilai-nilai karakter kewirausahaan seperti percaya diri, kemandirian, kepedulian, kerja keras, kerja sama, komunikasi sosial, kreatif dan inovatif, keterbukaan dan orientasi ke masa depan, berbudaya, keuletan, berjiwa pemimpin dan sportif, dan berani mengambil resiko. Kegiatan market day sebagai sarana mengembangkan keterampilan (skill) berwirausaha yang tidak terlepas dari proses kognitif atau

menerapkan pengetahuan dan pembentukan karakter (afektif).

A. PENDAHULUAN

Era industri 4.0 ini ditandai dengan berkembangnya Internet of/for things sebagai inovasi baru dan membuka lahan bisnis yang sangat besar hingga tanpa disadari segala sesuatu terasa menjadi lebih mudah, lebih terjangkau, lebih simple, dan lebih murah. Hal ini sesuai dengan pendapat Agustina (2019) bahwa meluasnya dampak industri 4.0 dengan segala kemudahan yang membuat terlena berada dalam comfort zone dari adanya proses perubahan radikal proses bisnis atau disrupsi. Berdasarkan fenomena tersebut maka hal ini akan berakibat pada banyak perubahan kebudayaan akan tetapi menjadi sebuah peluang positif dalam kegiatan kewirausahaan, akan tetapi perlu ditanamkan nilai-nilai karakter kewirausahaan sejak dini agar mampu membentuk jiwa wirausaha. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan pendidikan kewirausahaan untuk menumbuhkan minat, motivasi, dan karakter wirausaha yang sesuai dengan pendapat Saroni (2012) bahwa market day adalah salah satu kegiatan yang dapat diterapkan untuk menanamkan jiwa wirausaha di sekolah.

Pendidikan sekolah memiliki peranan penting dalam penanaman karakter sesuai tujuan pendidikan nasional dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Tahun 2003 menjelaskan karakter yang mencerminkan jiwa wirausaha yakni kemandirian, kreativitas, dan inovatif. Hal ini sesuai dengan definisi kewirausahaan oleh Kemendiknas (2010) merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercrepta, berkarya, bersahaja, dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan atas kegiatan usahanya. Oleh karena itu dalam menghadapi era disrupsi diperlukan generasi yang terampil dalam memafaatkan peluang. Walaupun pada faktanya di sekolah dasar tidak terdapat mata pelajaran pendidikan kewirausahaan, namun Tsakiridou & Stregiou (2012) menyatakan, pendidikan berperan dalam mempromosikan sikap dan perilaku kewirausahaan secara luas karena dapat meningkatkan kualitas lulusan muda untuk berinisiatif kewirausahaan di masa depan. Dengan terbentuknya pembiasaan karakter kewirausahaan ini, maka akan mendorong tercapainya tujuan nasional dalam UU tentang Sisdiknas.

Karakter kewirausahaan penting untuk dibentuk terutama sejak sekolah dasar sebagai lingkungan pendidikan formal yang pertama dan mendasar agar terbentuk pondasi yang kuat. Hal ini sependapat dengan Barnawi & Arifin (2012) bahwa sekolah dasar adalah jenjang pada pendidikan formal yang paling tepat untuk diterapkan pendidikan kewirausahaan. Hal ini karena



kewirausahaan perlu dipelajari salah satunya melalui lembaga pendidikan dengan menumbuhkan motivasi berwirausaha tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa kewirausahaan juga sudah ada tanpa dipelajari melalui sebuah proses yang panjang. Dengan melalui pendidikan kewirausahaan sejak sekolah dasar diharapkan mampu membentuk pola pikir dan mendorong siswa selepas kelulusan dari jenjang pendidikan apapun bahwa tidak selalu harus mencari pekerjaan namun bisa menciptakan lapangan pekerjaan. Sehingga pentingnya kewirausahaan ini ditanamkan melalui kegiatan-kegiatan menarik salah satunya yaitu market day.

Kegiatan market day ini melibatkan seluruh siswa dalam kegiatan ekonomi yakni produksi, distribusi, dan konsumsi baik bersifat individu maupun kelompok mulai dari kegiatan pembuatan produk baik barang ataupun makanan, menjual produk dengan menjajakan hasil produksinya, sedangkan siswa lain atau masyarakat sekolah dapat membeli produk tersebut. Adapun manfaat dari kegiatan ini sangat banyak yakni sebagai bentuk pelatihan membentuk jiwa wirausaha, melatih kreativitas dan inovatif siswa dalam mencipta, dan memberi gambaran sederhana kegiatan berbisnis secara nyata. Kemasan model kegiatan market day beragam bergantung guru dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengorganisasiannya. Seperti yang dikemukakan oleh Saroni (2012) bahwa market day ini merupakan salah satu kegiatan yang memungkinkan diterapkan di sekolah dasar untuk menanamkan jiwa wirausaha.

Hal ini sudah terbukti bahwa beberapa sekolah dasar telah mengadakan kegiatan berwirausaha salah satunya kegiatan market day karena kewirausahaan memiliki peranan penting bagi masa depan negara dan sudah banyak penelitian mengenai penerapan market day di sekolah dasar tertentu salah satunya berjudul “Upaya Mengembangkan Karakter Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sejak Dini Melalui Program Market day (Kajian Pada SDIT Mutiara Hati Malang)” oleh Sulistyowati & Salwa (2016) menjelaskan bahwa kegiatan market day di SDIT Mutiara Hati Malang memiliki jadwal secara rutin dalam melaksanakan kegiatan tersebut, dan mendapat dukungan penuh baik dari pihak sekolah maupun pihak wali siswa sehingga program market day terlaksana dengan rutin dan terorganisir. Adapun penelitian yang berjudul “Membangun Jiwa Wirausaha Siswa Melalui Kegiatan Jual Beli (Analisis Kegiatan Market day Sekolah Dasar Islam YAKMI Kota Tangerang)” oleh Mashud (2016) menjelaskan bahwa kegiatan market day terinspirasi dari penerapan market day yang semakin meluas hampir di seluruh SDIT dan menumbuhkan etos kerja serta skill kewirausahaan. Selain itu pelaksanaannya sudah terjadwal rutin.

Berdasarkan kedua penelitian terdahulu menunjukkan bahwa market day memberikan



dampak positif sebagai penanaman jiwa wirausaha yang memerlukan proses penanaman sejak dini. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan ini seringkali berjalan baik dan dilaksanakan SD swasta yang memiliki daya dukungan penuh terhadap program pengembangan karakter, akan tetapi sangat jarang dan tidak banyak dijumpai dalam pelaksanaannya di sekolah dasar negeri dan madrasah ibtidaiyah, yang mana kedua sekolah tersebut memiliki kesamaan jenjang namun karakteristik yang berbeda dalam melaksanakan kegiatan market day sesuai dengan konsep dan karakteristik sekolah masing-masing. Oleh karena itu dilakukan penelitian secara mendalam untuk mengetahui pelaksanaan market day sebagai penanaman nilai-nilai kewirausahaan siswa sekolah dasar di era industri 4.0 di SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru.

B. LANDASAN TEORI

Entrepreneur atau wirausaha adalah seseorang yang mengambil risiko yang diperlukan untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis menerima imbalan jasa berupa profit nonfinancial (Firmansyah & Roosmawarni, 2019). Secara etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha yang mana wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Sedangkan usaha berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Dengan demikian, wirausaha merupakan pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Berkaitan dengan penjelasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha disebut sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya (Rusdiana, 2014).

Adapun ciri-ciri wirausaha yaitu memiliki keberanian dan daya kreasi, berani mengambil risiko, memiliki semangat dan kemauan keras, memiliki persepsi dan analisis yang tepat, tidak konsumtif, memiliki jiwa pemimpin, dan berorientasi pada masa depan. Dalam menumbuhkan karakter kewirausahaan di era industri 4.0 yang mana semakin akrab dengan teknologi dalam proses pengaplikasian dan semakin berkurangnya tenaga manusia, maka sangat diperlukan karakter kewirausahaan dalam menghadapi fenomena revolusi industri 4.0 dengan karakter dan kegiatan yang dapat mengasah keterampilan sebagai berikut:

1. Keterampilan dalam berkomunikasi yang efektif. Dalam hal ini apabila dikaitkan dengan nilai karakter yang ditanamkan melalui kegiatan market day, siswa sudah mulai berinteraksi secara interaktif dengan konsumen, keterampilan berbicara secara mendasar sudah dipelajari, dapat bekerja dalam tim, bertanggung jawab secara pribadi.



2. Keterampilan dalam hidup dan belajar. Apabila dikaitkan dengan nilai karakter melalui kegiatan market day, siswa sudah mulai mempelajari banyak hal berkaitan dengan teori, tanggung jawab, beradaptasi, akuntabilitas mendasar.
3. Keterampilan belajar dan berinovasi. Berkaitan dengan kegiatan market day tersebut, siswa sudah membangun kreativitas, inovasi produk, berani dan menghadapi tantangan dan resiko.
4. Keterampilan informasi, media, dan teknologi. Hal ini merupakan poin penting dalam menghadapi era industri 4.0 yang berkaitan dengan pengetahuan, kecakapan, mengolah informasi media teknologi.(Agustina, 2019)

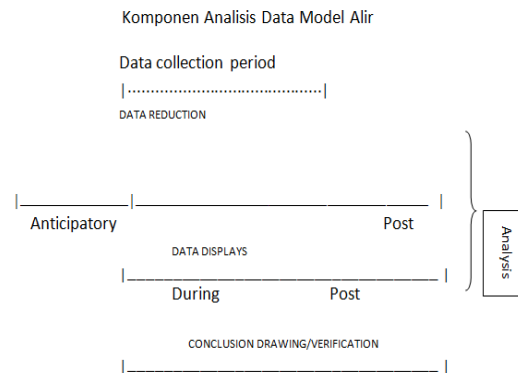
Market day merupakan salah satu pendidikan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman serta kesadaran utuh tentang kehidupan, membangun mental dan emosi lebih stabil, dan membangun sikap atau karakter dari waktu ke waktu. Selain itu, market day adalah aktivitas pembelajaran entrepreneur yang di dalamnya terdapat proses jual beli atau pemasaran produk karya siswa yang dipajang untuk menarik minat beli kepada teman, guru, ataupun pihak luar. Biasanya kegiatan ini berbentuk bazaar yang diselenggarakan dan melibatkan segenap komponen sekolah.(Zultiar & Siwiyanti, 2017).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan suatu keadaan yang diteliti secara apa adanya dari data yang bersifat empiris atau didasarkan pada objek nyata dengan terjun langsung ke lapangan. Menurut Moleong (2011) deskriptif merupakan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Penelitian ini dilakukan saat berlangsungnya kegiatan market day di kedua sekolah tersebut. Adapun teknik sampling purposive sampling yang bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan market day dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada dua sekolah yang menerapkan program ini yaitu SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru, hal ini karena tidak banyak sekolah yang menerapkan program market day. Selain itu, karakteristik kedua sekolah tersebut berbeda dan memiliki kekhasan masing-masing. Teknik pengambilan data dan instrumen dalam penelitian ini yaitu wawancara semiterstruktur kepada guru kelas dan siswa sebagai data primer yang mana wawancara dilakukan kepada guru dan siswa yang berperan penting dan terlibat langsung dalam kegiatan market day. Observasi di lapangan menggunakan lembar pengamatan saat kegiatan market day berlangsung, selain itu didukung hasil dokumentasi saat kegiatan market day berlangsung sebagai data sekunder. Hal tersebut karena guru adalah pelaksana secara langsung di lapangan dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan, observasi untuk mengetahui proses pelaksanaan kegiatan market day, sedangkan



dokumentasi sebagai pendukung proses pengamatan yang berkaitan dengan peristiwa yang sudah berlalu.



Gambar 1. Komponen Analisis Data Model Alir

Berdasarkan gambar di atas, teknik analisa data meliputi tahap data reduction, data display, verification atau conclusion drawing oleh Miles dan Huberman (dalam Moleong, 2011).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini diawali dengan menentukan sekolah yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian dengan menanyakan kepada beberapa guru mengenai ada atau tidaknya program market day di sekolah-sekolah. Dengan tujuan mengetahui pelaksanaan program market day di sekolah dasar atau Madrasah Ibtidaiyah Sidoarjo. Observasi dilaksanakan di SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru. Hal ini untuk mengetahui proses pelaksanaan kegiatan market day pada kedua sekolah yang memiliki perbedaan karakteristik.

1. Karakteristik Program Market day

Program market day yang menjadi fokus penelitian ini yaitu di SD Negeri Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru. Pelaksanaan program market day di SD Negeri Pepe Sedati diketahui berdasarkan observasi saat kegiatan tersebut berlangsung. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru, program market day di SD Negeri Pepe Sedati sudah diterapkan bertahun-tahun dan berlangsung hingga sekarang. Program market day di SD Negeri Pepe Sedati ini dikenal dengan sebutan bazar inovasi yang merupakan implementasi variasi pembelajaran dengan model project based learning yang memiliki timeline dan disusun berdasarkan diskusi siswa dan guru.

Kegiatan Bazar Inovasi Makanan dan Minuman diperuntukkan bagi kelas VI merupakan pembelajaran berbasis proyek, hal ini karena dikaitkan dengan tema 5 kewirausahaan yang disusun dalam prota promes kemudian diaplikasikan dalam silabus dan RPP. Oleh karena itu kegiatannya dilakukan sebagai penutup akhir semester gasal di kelas VI. Hal tersebut sesuai



dengan Mulyani (2010) bahwa bentuk internalisasi pendidikan kewirausahaan ini melalui pengintegrasian dengan mata pelajaran lain dengan cara mengkaji SK dan KD, mengembangkan langkah pembelajaran secara aktif terintegrasi dan menunjukkan perilaku kewirausahaan. Pelaksanaan kegiatan bazar inovasi di SD Negeri Pepe Sedati ini pada prinsipnya sama dengan market day hanya saja terdapat perbedaan istilah nama kegiatan. Berdasarkan dokumentasi profil sekolah, kegiatan tersebut merupakan wujud penerapan visi dan misi SD Negeri Pepe Sedati. Adapun visi sekolah tersebut berbunyi “Terwujudnya Peserta Didik yang Beriman, Cerdas, Terampil, Mandiri dan Berkarakter Kebangsaan.” Sedangkan misi sekolah terdapat 5 butir yang berbunyi (1) Menanamkan Keimanan dan ketakwaan melalui pengamalan ajaran agama; (2) Mengoptimalkan proses pembelajaran dan bimbingan; (3) Mengembangkan bidang ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan bakat, minat, dan potensi peserta didik; (4) Membina kemandirian peserta didik melalui kegiatan pembiasaan dan pembiasaan mandiri yang terencana dan berkelanjutan; dan (5) Pembiasaan cinta tanah air.

Kegiatan bazar inovasi makanan dan minuman SDN Pepe Sedati ini diikuti oleh 87 siswa yang terbagi dalam 3 kelas yaitu kelas 6A berjumlah 27 siswa, kelas 6B berjumlah 29 siswa, kelas 6C berjumlah 31 siswa sedangkan target pasar adalah 485 siswa yang terdiri atas siswa kelas 1-6, 31 dewan guru serta paguyuban sekolah sejumlah 54 orang. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai pukul 08.00 – 11.00 WIB pada semester genap.

Ciputra, n.d. menyatakan bahwa pengembangan sikap entrepreneur pada fase usia sekolah dasar perlu dikembangkan kemandirian dan aktif belajar. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan bazar inovasi ini didukung oleh seluruh warga sekolah dan guna tercapainya visi dan misi tersebut. Melalui kegiatan kegiatan bazar inovasi makanan dan minuman ini, siswa bersama dengan kelompoknya mampu menciptakan sebuah inovasi produk makanan dan minuman yang prosesnya dilaksanakan secara bertahap mulai dari perencanaan sampai pelaporan, sehingga kegiatan tersebut dapat memberikan bekal lifeskill kepada siswa di masa yang akan datang. Hal ini karena berdasarkan kegiatan serupa yang sudah terlaksana banyak alumni yang kemudian meskipun masih duduk di bangku SMP-SMA masih menjual makanan dan minuman hasil inovasinya ketika di SD meskipun ranah skala penjualannya masih terbatas.

Program market day ini seharusnya dapat diterapkan oleh seluruh sekolah untuk menumbuhkan karakter kewirausahaan secara mendasar. Begitupun pelaksanaan program market day di MI Darul Hikam Waru sangat penting sebagai pendidikan kewirausahaan dalam menghadapi era industri 4.0 agar siswa mampu memanfaatkan secara positif dan membaca



peluang berwirausaha. Adapun pelaksanaan program market day MI Darul Hikam tidak sama dengan konsep program market day sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara guru, pelaksanaan program market day di MI Darul Hikam dikenal dengan Kidzpreneur. Tujuan dari kegiatan Kidzpreneur yaitu untuk memperkenalkan kepada siswa makanan dan minuman khas nusantara, serta belajar menjadi kidzpreneur yang cinta kuliner nusantara. Oleh karena itu, konsep program market day di sekolah tersebut mengusung tema “*Kidzpreneur* Jenang Nusantara (Jajanan Enak Mengenyangkan Nusantara)”.

Kegiatan tersebut dilaksanakan untuk mewujudkan visi sekolah yaitu Terwujudnya pendidikan islam yang unggul menuju terbentuknya insan paripurna berakhlaqul karimah, cerdas, dan bermartabat berazaskan Ahlussunnah Wal Jamaah. Adapun misi MI Darul Hikam yaitu (1) Menyelenggarakan pembelajaran yang efektif; (2) Menanamkan ajaran islam seutuhnya berdasarkan ahlussunnah wal jamaah; (3) Mendidik siswa berakhlaqul karimah melalui nilai-nilai spiritual dan character building; (4) Melaksanakan kerja sama saling menguntungkan dengan instansi lain. Sejalan dengan kegiatan kidzpreneur yang secara tidak langsung menanamkan karakter yang baik dalam prosesnya.

Berdasarkan hasil wawancara, Pelaksanaan market day di MI Darul Hikam dilaksanakan pada akhir semester gasal yang diikuti dari kelas I-VI, dengan konsep pelaksanaan Kidzpreneur selama tiga hari. Dalam satu harinya menampilkan adat istiadat dan memperkenalkan minuman serta makanan tiap provinsi meliputi 3 provinsi yaitu Jawa timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. Hari pertama, Jawa Timur. Pada hari pertama menyajikan jualan makanan dan minuman khas jawa timur, ada yang menampilkan tarian serta nyanyian khas dari jawa timur, serta ada juga kedai untuk tempat duduk anak" yang menikmati makanan dan minumannya sambil melihat tampilan. Selain itu, ada siswa yang juga ditunjuk sebagai reporter cilik. Dalam kegiatan ini sejumlah 12 siswa yang diambil dari perwakilan kelas I sampai kelas VI bertugas sebagai penjual. Sekaligus ada perwakilan tiap kelas untuk menjadi pengisi acara yaitu menyanyi dan menari. Setiap memasuki area kidzpreneur siswa diorganisasikan menjadi 3 sesi. Pada sesi I siswa diminta langsung masuk ke dalam area kidzpreneur, sesi 2-3 menunggu di dalam kelas sambil melihat tayangan atau belajar bersama tentang berbagai hal kaitannya dengan provinsi Jawa Timur. Hari kedua dilanjutkan khas jawa tengah, dan hari ketiga dilanjutkan khas jawa barat.

Pada kelas tinggi, guru berperan mengawasi/ mendampingi saja, sedangkan pada kelas rendah guru ikut serta membantu dalam kegiatan market day. Hal ini di dukung oleh pernyataan



Hassi (2016) mengajar kewirausahaan pada kelas awal sekolah dasar secara memadai akan efektif dan dapat berkontribusi menanamkan semangat kewirausahaan di dalam dirinya.

Guru dan pihak sekolah memiliki inisiatif mengadakan program tersebut melihat urgensi pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan market day yang sudah terkonsep dalam rundown pelaksanaan dan pembagian job description setiap guru maupun siswanya. Selama kegiatan tersebut siswa dilibatkan dalam praktik latihan produksi, distribusi, dan konsumsi. Serta mengasah kreativitas dan inovasi siswa dalam berkarya. Sesuai dengan pendapat Agustina (2019) bahwa kewirausahaan adalah sifat lahiriyah yang ada pada setiap orang, namun bakat saja tidak cukup, melainkan dibutuhkan latihan dan tempaan agar jiwa entrepreneur dapat terlahir. Berdasarkan fenomena pelaksanaan market day pada kedua sekolah tersebut, menunjukkan bahwa variasi market day dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan setiap sekolah sebagai sarana mengembangkan keterampilan (skill) berwirausaha yang tidak terlepas dari proses kognitif dan pembentukan karakter (afektif).

2. Tahap Pelaksanaan Program Market day

Hasil studi di SDN Pepe Sedati menunjukkan bahwa hasil wawancara dengan guru kelas VI selaku fasilitator dalam penyelenggaraan kegiatan ini, menjelaskan bahwa kegiatan bazar inovasi di SDN Pepe Sedati ini dimulai dari kegiatan diskusi bersama menetapkan rincian perencanaan. Siswa perlu melakukan perencanaan pada hari-hari sebelumnya sebelum melakukan kegiatan jual beli. Seperti yang dikatakan Mashud (2016) bahwa market day meliputi proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Berdasarkan hasil wawancara guru, terdapat tahapan yang perlu dilakukan siswa sebelum proses produksi dan jual beli yang diuraikan pada tahap sebagai berikut:

1. Perencanaan

Guru kelas VI SD Negeri Pepe Sedati melaksanakan diskusi dengan siswa terkait konsep, tema, dan pelaksanaan bazar Inovasi makanan dan minuman. Pada tahap ini diawali dengan guru mengkomunikasikan kepada wali siswa dan memberikan siswa tersebut selebaran berisikan rincian penjualan/ menu yang akan dijual, dan harga peritem. Siswa menentukan makanan dan minuman yang akan dijual dan memberikan penjelasan tentang inovasi makanan dan minuman yang telah ditentukan. Setelah menentukan inovasi makanan atau minuman yang akan dijual, selanjutnya siswa melakukan presentasi branding makanan dan minuman serta strategi pemasarannya. Hasil dari tahap ini berupa perencanaan terlebih dahulu. Lembaran tersebut sudah digandakan setiap guru kelas VI. Melalui selebaran yang berisi rencana penjualan, selanjutnya diberikan kepada guru



untuk dicek dan memastikan kembali. Ketentuan makanan yang dijual boleh lebih dari 1 macam dan per jenisnya dibatasi kuantitasnya yaitu sekitar 20pcs.

2. Produksi

Adapun pada tahap ini, siswa yang berencana menjual makanan atau minuman akan melakukan produksi di rumah sesuai dengan rincian tersebut. Tidak ada ketentuan mengenai jenis makanan dan minuman apa yang harus dijual siswa yang terpenting dalam prosesnya terdapat inovasi dalam pembuatan, penyajian tampilan dan rasanya. Setelah melakukan produksi, siswa membawa beberapa tester dari produknya dan dilanjutkan diskusi pemantapan branding makanan, penyusunan harga, mulai dari bahan baku sampai dengan penentuan harga jual serta estimasi laba yang akan diperoleh.

3. Jual beli

Sebelum tahap ini dilakukan, siswa dalam kelompok melakukan persiapan bazar inovasi yaitu dengan menghias atau menata tempat/meja yang sudah disediakan. Kegiatan jual beli dari seluruh kelas VI bertempat di halaman sekolah pada jam istirahat I pukul 09.00-10.00 WIB. Dalam hal ini guru hanya mengawasi/mendampingi saja, serta dibantu dengan dukungan paguyuban wali siswa kelas VI SD Negeri Pepe Sedati. Berikut adalah pelaksanaan jual beli Bazar Inovasi Makanan dan Minuman:



Gambar 2. Pelaksanaan Bazar Inovasi SD Negeri Pepe Sedati

4. Evaluasi

Setelah pelaksanaan jual beli, siswa bersama guru melakukan evaluasi bazar inovasi makanan dan minuman. Evaluasi dilakukan dengan memaparkan hasil mulai dari proses perencanaan, proses produksi, dokumentasi jual beli, penghitungan laba rugi atau hasil pendapatan yang diperoleh. Guru melakukan evaluasi dengan siswa melalui tanya jawab berdasarkan penyajian laporan yang disusun oleh siswa menggunakan canva. Berdasarkan hasil wawancara guru, kegiatan bazar inovasi ini bermanfaat sekali dalam memahamkan siswa mengenai matematika. Hal ini sesuai dengan pendapat Palmer & Johansson (2018) bahwa integrasi kompetensi kewirausahaan ke dalam



pelajaran matematika tampak memiliki peluang yang mengikat. Guru juga selalu mengapresiasi kerja keras siswa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan guru kelas VI SD Negeri, pelaksanaan bazar inovasi guru tidak mengalami kendala yang cukup serius dan dapat diatasi. Misalnya apabila pemberian lembaran yang diberikan kepada siswa terlambat sehingga membuat wali siswa merasa informasi yang diberikan mendadak dalam mempersiapkan bahan yang dibutuhkan anak tersebut dan siswa terkadang lupa tidak membersihkan meja yang telah digunakan. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan cara guru mengusahakan lembaran perencanaan tersebut diberikan siswa sesuai dengan waktunya dan mengingatkan siswa yang bertugas agar tidak lupa membersihkan meja. Demikian secara tidak langsung akan melatih rasa tanggung jawab siswa.

Adapun perbedaan dari pelaksanaan program market day di MI Darul Hikam terlihat pelaksanaannya diikuti oleh seluruh siswa mulai dari kelas I hingga kelas VI. Secara umum pelaksanaan market day di MI Darul Hikam terdapat kesamaan dalam tahap pelaksanaannya, yakni mulai dari perencanaan, produksi, jual beli, dan evaluasi. Variasi program tersebut dikembangkan bersama dengan pertunjukkan karya seni perwakilan dari setiap kelas. Berikut adalah uraian tahap pelaksanaan Kidzpreneur di MI Darul Hikam Waru:

1. Perencanaan

Guru menentukan kelompok, anggota kelompok, dan nama kelompok. Siswa melakukan diskusi dalam kelompok mengenai makanan atau minuman yang akan dijual. Ketentuan minuman dan makanan yang dijual harus inovatif dan kreatif, boleh dari nama, bentuk, rasa, dan kemasan. Selanjutnya, Branding (pemberian nama produk yang akan dijual), Labelling (memberikan desain atau label produk yang akan dijual/logo), Testering (tahap menguji rasa, bedah komposisi dan harga bahan-bahan dalam pembuatan produk yang perlu diperhatikan), menghitung modal yang diperlukan dan perkiraan laba yang diperoleh. setiap tahap tersebut siswa melakukan diskusi antar kelompok, guru membimbing dan memberi penguatan. Kidzpreneur dilaksanakan selama tiga hari yang sudah terkonsep secara bergiliran antar kelas. Guru kelas dalam hal ini juga memiliki peran sebagai pembimbing, fasilitator yang bertanggung jawab pada setiap kelas. Kegiatan jual beli Kidzpreneur hari pertama dilakukan oleh kelas I dan kelas V. Hari kedua dilakukan oleh kelas II dan kelas VI. Hari ketiga dilakukan oleh kelas III dan kelas IV.

2. Produksi

Setelah perencanaan dilakukan oleh seluruh siswa, maka siswa bersama kelompok membuat produk yang kedua setelah menerima masukan dan saran pada tahap testering untuk dibawa dan



dijual di sekolah. Produksi jenis produk jualan sudah ditentukan oleh guru. Siswa kelas rendah (I, II, dan III) Dengan demikian produk yang dibuat siswa ini akan memiliki rasa, pertimbangan komposisi bahan yang sesuai. Selama proses produksi siswa juga didampingi oleh wali siswa.

3. Jual Beli

Pelaksanaan *kidzpreneur* dimulai pukul 07.00 WIB. Antar siswa dalam kelompok bekerjasama mempersiapkan barang jualannya. Peran siswa dibagi menjadi 2 yaitu pembeli dan penjual. Bagi pembeli terdapat sesi menonton tayangan belajar bersama sesuai provinsi yang ditentukan dan menonton pertunjukkan tari dan nyanyian dari perwakilan kelas.



Gambar 3. Pentas Perwakilan Acara Kidzpreneur MI Darul Hikam Waru

Bagi siswa yang berperan sebagai penjual melakukan jual beli produk makanan/ minumannya. Siswa mempromosikan dengan cara masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa siswa, adapun cara yang dilakukan selama jual beli yakni menjajahkan makanan dan minuman yang dijual, berkeliling, mengajak pembeli untuk mencoba karena kualitas rasanya dengan kalimat yang kreatif. Adapun varian produk makanan seperti sunduk urut, molen, siomay, piscok, dan masih banyak lagi. Sedangkan produk minuman seperti sinom, es susu puding, es coklat, dan lain-lain.

Kegiatan jual beli siswa didampingi masing-masing guru kelas. Hal ini bertujuan untuk membimbing dan mendampingi siswa dalam menghitung uang kembalian.



Gambar 4. Pelaksanaan Kidzpreneur di MI Darul Hikam Waru

4. Refleksi

Refleksi merupakan bentuk evaluasi kegiatan dari awal hingga akhir. Siswa dibimbing dengan serangkaian menghitung kembali keuntungan atau laba yang diperoleh dari hasil penjualan. Pada



tahap ini guru juga memberikan *feedback*, apresiasi, motivasi dalam semangat berwirausaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru, kendala yang dihadapi MI Darul Hikam dalam pelaksanaan *market day* adalah waktu. Hal ini karena pelaksanaannya di akhir pekan semester gasal dan berdekatan dengan hari libur, sehingga ada siswa kelas lain yang tidak masuk karena mudik. Walaupun demikian suasana kidzpreneur tetap ramai dengan antusias seluruh warga sekolah. Oleh karena itu, guru bekerja sama dengan guru kelas lain dan kepala sekolah untuk sedikit merevisi jadwal pelaksanaan tahun mendatang.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan *market day* yang dilaksanakan oleh dua sekolah dasar memiliki strategi atau konsep pelaksanaan program *market day* yang berbeda. Hal ini bergantung pada kebijakan setiap sekolah. Begitupun Mashud (2016) menyatakan bahwa kegiatan *market day* dapat dilakukan secara individu, maupun berkelompok sesuai minat siswa. Begitupun tahapan pelaksanaan *market day* juga berbeda karena dalam kegiatan tersebut tidak adanya ketentuan atau aturan yang mengikat. Adapun fase kewirausahaan atau *market day* di sekolah dasar yang diungkapkan oleh Ciputra, n.d. meliputi tahap *exploring* (mengumpulkan informasi terkait dunia usaha dan melihat peluang produk yang dapat dijual di sekolah), *planning* (membuat perencanaan atau ide berdasarkan hasil *exploring*), *producing* (membuat produk sebagai hasil temuan atau pengembangan), *marketing* (melakukan pemasaran produk yang dihasilkan dengan strategi untuk menarik minat pembeli), *reflecting* (melakukan evaluasi diri dari awal hingga akhir).

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan *market day* di SD Negeri Pepe Sedati dan MI Darul Hikam meliputi kelima tahapan tersebut yang telah dipaparkan menjadi empat tahapan yaitu perencanaan, produksi, jual beli, refleksi/evaluasi.

3. Ketercapaian Nilai-nilai Karakter Kewirausahaan dalam Menghadapi Era Industri 4.0

Kegiatan *market day* ini dapat digunakan sebagai sarana menanamkan nilai-nilai karakter kewirausahaan di sekolah dasar. Hal ini karena dalam kegiatan *market day* siswa dilibatkan dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi dengan menerapkan pemahaman yang sudah diperoleh sebelumnya. Adapun karakter kewirausahaan oleh Meredith (2005) yaitu:

1. Percaya diri, dengan karakter memiliki keyakinan, tidak tergantung dengan orang lain, optimis, dan individualistis.
2. Berorientasi tugas dan hasil, dengan karakter ketekunan, tekad kerja keras, memiliki dorongan yang kuat, inisiatif.
3. Mengambil resiko, dengan karakter keberanian dalam menghadapi resiko, bertanggung jawab, memiliki kesanggupan, dan menghadapi tantangan dengan percaya diri.



4. Kepimpinan, memiliki karakter suka bergaul dengan orang lain, bertingkah laku seperti pemimpin atau menjadi panutan, dapat menerima saran dan kritik.
5. Keorisinalan, memiliki karakter inovatif, kreatif, tidak cepat puas dengan pencapaian tertentu, fleksibel.
6. Berorientasi ke masa depan, dengan karakter memiliki pandangan atau perspektif ke depan.

Pelaksanaan market day dapat memberikan manfaat bagi siswa dalam penanaman nilai karakter kewirausahaan agar siswa terampil dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru, nilai-nilai yang muncul dalam kegiatan market day di SD Negeri Pepe Sedati meliputi:

1. Keuletan dan Percaya diri, yakni siswa memiliki optimisme dalam marketing. Walaupun banyak saingan penjual siswa pantang menyerah dan menerapkan cara-cara sendiri agar produk dapat terjual habis. Hal ini terlihat siswa memiliki rasa percaya diri dalam meyakinkan pembeli untuk mencoba makanan/minuman hasil produksinya terlebih dahulu.
2. Kerja sama, yakni siswa bekerja dalam kelompok mulai dari perencanaan hingga evaluasi. sejak saat itu siswa sudah mampu melakukan koordinasi dalam tim. Siswa kelas VI SD Negeri Pepe Sedati saling bekerjasama dalam kelompoknya, membagi peran, dan menyelesaikan misi jual beli bersama sama.
3. Kreatif dan Inovatif, yakni produk yang dijual hasil kreativitas siswa dari olahan bahan yang sudah ada menjadi produk baru. Siswa berusaha mengembangkan suatu makanan atau minuman dengan rasa dan tampilan baru, serta dengan nama yang unik dan kreatif seperti Oreo dorayaki, jasuke oreo, kedelai cincau, pudot, bubole choco, beng-beng lava, dan lain lain.
4. Berani mengambil resiko, yakni produk yang dijual siswa banyak dan bermacam-macam setiap kelompok, apabila produk terjual habis maka dapat memperoleh keuntungan. Setiap kelompok di kelas VI A, VI B, dan VI C menjual makanan dan minuman.
5. Berjiwa Besar atau Sportif, yakni nilai yang paling penting. Siswa terlihat menjual dengan strategi masing-masing tanpa ada kecurangan walaupun terdapat banyak kelompok yang juga menjual makanan dan minuman. penjual bersaing secara sehat. Nilai ini sering ditanamkan oleh guru bahwa kegagalan dan keberhasilan dalam berwirausaha adalah proses menuju sukses.

Begitupun juga manfaat tercapainya nilai nilai kewirausahaan dalam pelaksanaan market day – Kidzpreneur merupakan bentuk tercapainya visi dan misi MI Darul Hikam Waru. Adapun hasil



nilai-nilai karakter kewirausahaan yang dapat ditanamkan kepada siswa baik kelas rendah maupun kelas tinggi sebagai berikut:

1. Percaya diri dan Keberanian, yakni siswa dapat melatih keberanian baik dalam hal mengambil resiko maupun berani menghadapi orang lain yang baru dikenal dengan keyakinan dan optimis dalam marketing. Siswa kelas I, II, dan III diajarkan untuk lebih percaya diri dan berani berinteraksi dengan orang lain, yang mana dalam bimbingan guru kelas. Selain itu, selama pengamatan terlihat siswa menjajahkan produknya, menghampiri konsumen.
2. Kemandirian dan tanggung jawab, yakni melalui kegiatan berjualan secara individu mulai dari perencanaan hingga evaluasi siswa belajar secara mandiri dalam membuat suatu karya. Selama proses perencanaan hingga evaluasi, siswa dalam kelompoknya memiliki dan menjalankan peran masing-masing. Dengan begitu akan melatih siswa belajar dalam melaksanakan tanggung jawabnya.
3. Kepedulian, Hal ini terlihat berdasarkan pengalaman guru melihat siswa lain membantu temannya dari parkir untuk mengangkat dan mempersiapkan di halaman sekolah. Walaupun kegiatan ini bersifat kelompok tidak menjadikan siswa bergantung, namun timbul kerjasama dan kepedulian dalam menyelesaikan satu tugas belajar bersama.
4. Kerja keras, kegiatan yang bersifat individu akan menimbulkan ketekunan dalam bekerja, optimis dengan segala usaha dan hasil. Melalui kegiatan ini, siswa bekerja keras di setiap tahapannya mulai dari perencanaan, produksi, jual beli, dan evaluasi.
5. Komunikasi Sosial, yakni ditunjukkan dengan sikap siswa mudah berinteraksi dengan pembeli baik dari kelas I-VI, bapak dan ibu guru. Selain itu, kegiatan ini memfasilitasi siswa dalam memperluas lingkup pertemanan antarjenjang. Keterampilan komunikasi siswa di depan umum dapat terlatih melalui kegiatan promosi dan jual beli.
6. Kreatif dan Inovatif, yakni siswa akan belajar dari setiap produk yang diminati pembeli sehingga dalam hal ini siswa berusaha mengembangkan suatu makanan atau minuman dengan rasa dan tampilan baru, serta dengan nama yang unik. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara dengan siswa nama produk yang dijual seperti Pegedel love (Dellove), Oreocrispy (OPY), Sosget (sosis nugget), pisget (pisang nugget), dan siliy (sirsak jelly), Ceker lava, dan lain-lain.
7. Budaya, yakni kegiatan bazar inovasi makanan dan minuman ini dilaksanakan setiap semester ganjil karena berbasis project based learning. Selain itu berdasarkan hasil pengamatan, terlihat siswa sebagai pembeli terbiasa melakukan antri saat membeli.



8. Keterbukaan dan orientasi ke masa depan, yakni sikap dan pola pemikiran siswa yang terbuka dengan saran yang membangun pada tahap perencanaan. Selain itu siswa juga dilatih berpikir dengan berorientasi pada output/hasil berkaitan laba dan rugi untuk memperhitungkan kegiatan jual beli. Dengan demikian, akan membentuk pandangan terkait kegiatan market day yang akan dilakukan selanjutnya.

Nilai-nilai karakter tersebut sangat penting ditanamkan sejak usia sekolah dasar untuk membentuk karakter wirausahawan untuk menghadapi revolusi industri 4.0 seorang wirausaha perlu memiliki beberapa jenis keterampilan yaitu keterampilan dalam berkomunikasi yang efektif, keterampilan dalam hidup dan belajar, keterampilan belajar dan berinovasi, keterampilan informasi, media, dan teknologi.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat diketahui bahwa pelaksanaan kegiatan market day di sekolah dasar memiliki banyak variasi. Pelaksanaan kegiatan tersebut terletak pada kekhasan sekolah masing-masing. Sekolah dasar negeri dan madrasah ibtidaiyah merupakan sekolah satu jenjang yang memiliki karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu kegiatan market day baik di SDN Negeri Pepe Sedati maupun MI Darul Hikam Waru memiliki konsep pengembangan yang berbeda dan bergantung pada ide setiap sekolah. Bazar inovasi adalah konsep kegiatan market day di SD Negeri Pepe Sedati. Adapun Kidzpeneur adalah konsep kegiatan market day yang dilaksanakan MI Darul Hikam Waru.

Tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pada kedua sekolah tersebut memiliki kesamaan yaitu dimulai dari perencanaan atau planning yaitu membuat perencanaan atau ide berdasarkan hasil eksplorasi informasi, produksi atau producing yaitu membuat produk sebagai hasil temuan atau pengembangan), jual beli atau marketing yaitu melakukan pemasaran produk yang dihasilkan dengan strategi untuk menarik minat pembeli), refleksi atau reflecting merupakan evaluasi hasil kegiatan dari awal hingga akhir.

Kegiatan market day sebagai proses internalisasi nilai-nilai kewirausahaan bagi siswa sekolah dasar yang memiliki kandungan nilai karakter kewirausahaan seperti percaya diri, kemandirian, kepedulian, kerja keras, kerja sama, komunikasi sosial, kreatif dan inovatif, keterbukaan dan orientasi ke masa depan, berbudaya, keuletan, berjiwa pemimpin dan sportif, dan berani mengambil resiko. Nilai-nilai tersebut juga perlu didukung pengetahuan, kecakapan mengolah informasi dan teknologi. Dengan demikian, market day merupakan sarana kegiatan atau



program mengembangkan keterampilan (skill) berwirausaha yang tidak terlepas dari proses kognitif dan pembentukan karakter (afektif).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Mitra Wacana Media.
- Barnawi, & Arifin, M. (2012). *Schoolpreneurship Membangkitkan Jiwa dan Sikap Kewirausahaan Siswa*. Ar-Ruzz Media.
- Ciputra. (n.d.). *www.ciputradevelopment.com*. Retrieved February 20, 2023, from www.ciputradevelopment.com
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *KEWIRAUSAHAAN (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Hassi, A. (2016). *Effectiveness of early entrepreneurship education at the primary school level: Evidence from a field research in Morocco*. *Citizenship Social & Economic Education* (pp. 83–103). SAGE.
- Kemendiknas. (2010). *Pengembangan Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa*. Departemen Pendidikan Nasional.
- Mashud, I. (2016). Membangun jiwa wirausaha siswa melalui kegiatan jual beli (analisis kegiatan market day sekolah dasar islam YAKMI Kota Tangerang). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan: Inovasi Pembelajaran Berbasis Karakter Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*.
- Meredith, G. (2005). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Pustaka Binaman Pressindo.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, E. (2010). *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kurikulum.
- Palmer, H., & Johansson. (2018). *Combining entrepreneurship and mathematics in primary school – what happens?*, *Education Inquiry*. Routledge.
- Rusdiana. (2014). *KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktik*. CV PUSTAKA SETIA.
- Saroni, M. (2012). *Mendidik dan Melatih Entrepreneur Muda: Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan Bagi Anak Didik*. Ar-Ruzz Media.
- Sulistyowati, P., & Salwa. (2016). Upaya Mengembangkan Karakter Jiwa Kewirausahaan Pada Anak Sejak Dini Melalui Program Market Day (Kajian Pada SDIT Mutiara Hati Malang). *Pancaran*, Vol. 5, No(20), 111–120. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/pancaran/article/view/4056/3169>
- Tsakiridou, H., & Stregiou, K. (2012). Entrepreneurship Education in Primary Education Departments. The case of the University of Western Macedonia in Greece December, 3. *International Virtual Conference*. <http://www.arsa-conf.com>
- Undang-undang Republik Indonesia Nomer 20 tentang Sistem Pendidikan Nasional Tahun 2003*. (n.d.).
- Zultiar, I., & Siwiyanti, L. (2017). MENUMBUHKAN NILAI KEWIRAUSAHAAN MELALUI KEGIATAN MARKET DAY. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 6(11), 13–30.

