



**Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini**

e-ISSN: 2723-6390, hal. 327-342

Vol. 5, No. 1, Juli 2024

DOI: 10.37985/murhum.v5i1.560

## **Aktivitas *Market Day* Sebagai Strategi untuk Pengembangan *Entrepreneurship Skill* Anak Usia Dini**

**Nandiya Purnama Triana<sup>1</sup>, Lizza Suzanti<sup>2</sup>, dan Rr Deni Widjayatri<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> PGPAUD, Universitas Pendidikan Indonesia

**ABSTRAK.** *Entrepreneurship* merupakan kemampuan yang penting untuk dimiliki oleh anak usia dini pada abad ke 21 karena dinilai dapat memberikan banyak manfaat, salah satunya untuk membentuk sikap dan keterampilan sebagai seorang wirausaha yang dibutuhkan kelak di masa depan. Mengembangkan kemampuan *entrepreneurship* pada anak sejak dini dapat melalui program kegiatan yaitu *market day*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan implementasi dan dampak dari aktivitas *market day* sebagai strategi dalam mengembangkan *entrepreneurship skill* anak usia dini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil aktivitas *market day* menunjukkan bahwa kegiatan ini dapat mengembangkan *entrepreneurship skill* anak usia dini khususnya di TK Bona. Pada variabel *entrepreneurship* aspek tertinggi berada pada aspek kerja keras, disiplin, dan tanggungjawab. Sedangkan untuk variabel *market day* tahapan tertinggi berada pada tahap persiapan dan evaluasi. Kegiatan *market day* ini sangat dianjurkan untuk dilaksanakan sebagai program rutin yang disesuaikan kembali dengan kebutuhan setiap lembaga. Selain itu, dibutuhkan dukungan penuh baik dari pihak lembaga, guru, ataupun orangtua agar kemampuan *entrepreneurship* anak dapat berkembang secara optimal.

**Kata Kunci :** *Market Day; Entrepreneurship Skill; Anak Usia Dini*

**ABSTRACT.** *Entrepreneurship* is an important skill for early childhood in the 21st century because it is considered to provide many benefits, including shaping the attitudes and skills needed for future entrepreneurship. Developing entrepreneurial skills in children from an early age can be done through a program called *Market Day*. The purpose of this study is to describe the implementation and impact of *Market Day* activities as a strategy to develop entrepreneurial skills in early childhood. This research uses a qualitative approach with a descriptive method. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of the *Market Day* activity show that this activity can develop entrepreneurial skills in early childhood, especially in TK Bona. In the entrepreneurship variable, the highest aspect is the aspect of hard work, discipline, and responsibility. Meanwhile, for the *Market Day* variable, the highest stages are the preparation and evaluation stages. The *Market Day* activity is highly recommended to be implemented as a routine program that is adjusted to the needs of each institution. In addition, full support is needed from the institution, teachers, and parents so that children's entrepreneurial skills can develop optimally.

**Keyword :** *Market Day; Entrepreneurship Skill; Early Childhood*

Copyright (c) 2024 Nandiya Purnama Triana dkk.

✉ Corresponding author : Lizza Suzanti

Email Address : lizzasuzanti@upi.edu

Received 29 Maret 2024, Accepted 29 April 2024, Published 30 April 2024

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang melaksanakan pembangunan ekonomi dan ditargetkan akan menjadi negara maju pada tahun 2045. Menurut Hasanah salah satu permasalahan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia adalah karena lemahnya pertumbuhan wirausahawan [1]. Jika permasalahan ini tidak segera diselesaikan, maka Indonesia tidak akan menjadi negara maju. Sebab untuk menjadi negara maju, jumlah wirausaha minimal harus 5% dari total penduduk. Sedangkan untuk di Indonesia sendiri jumlah wirausaha saat ini masih belum mencapai 4% [2]. Berdasarkan data dari Kemenperin.go.id bahwa jumlah wirausaha di Indonesia masih berada pada 3,47% dari total penduduk. Angka ini masih jauh dari angka negara maju yang berkisar antara 12% hingga 15% dari total populasi penduduk di negaranya [3] dan untuk membentuk jiwa seorang wirausahawan, tentunya tidak bisa cepat meskipun diiringi dengan mengikuti pelatihan apapun. Membangun sikap dan jiwa kewirausahaan itu membutuhkan proses yang panjang [4] karena menurut Hasi kewirausahaan merupakan sebuah seni dan ilmu pengetahuan yang dapat diperoleh, namun tidak secara eksklusif diwariskan [5]. Kemampuan kewirausahaan tidak di pengaruhi oleh orang tua, melainkan melalui pembiasaan dan pemahaman sejak dini [6] maka dari itu diperlukan waktu sejak dini untuk mengembangkannya.

Anak usia dini yang berada pada masa emas merupakan waktu yang tepat untuk diberikan stimulasi terkait pembentukan sikap sebagai seorang wirausaha [7]. Dengan menanamkan sikap wirausaha pada anak sejak dini dapat memberikan banyak manfaat di masa depan [8], karena kewirausahaan merupakan pendidikan yang penting untuk membentuk sikap dan keterampilan yang dibutuhkan anak di abad 21 [9]. Menurut Serian Wijatno *entrepreneurship* dapat diartikan sebagai aktivitas untuk menciptakan sesuatu yang baru [10]. Sejalan dengan pendapat Rukmana, *entrepreneurship* merupakan sebuah sikap untuk yang ditunjukkan melalui tindakan secara langsung, serta selalu mengusahakan perubahan kearah yang lebih baik [11]. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* merupakan sebuah sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai serta berguna, baik bagi diri sendiri ataupun orang lain.

*Entrepreneurship* pada konteks pendidikan anak usia dini bukan berarti anak diajarkan untuk berwirausaha, berbisnis atau menghasilkan uang. Namun, lebih berorientasi untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan wirausahawan seperti menjual, mempromosikan atau memasarkan produk dalam diri anak [12]. Oleh karena itu, keterampilan *entrepreneurship* ini sangat penting diterapkan sejak dini dan diharapkan secara tidak langsung dapat menjadi modal ilmu pengetahuan untuk anak dalam menghadapi perubahan zaman serta persaingan kerja di masa depan, tentunya aktivitas *entrepreneurship* bagi anak usia dini harus disesuaikan dengan tahap perkembangan anak. Terdapat berbagai cara atau strategi untuk mengembangkan *entrepreneurship skill* anak usia dini diantaranya yaitu *market day*, *outing class*, *cooking class*, *parenting day*, dan *outbond* [13]. Sedangkan dalam penelitian ini cara atau strategi yang digunakan adalah melalui aktivitas *market day*. *Market day* merupakan salah satu kegiatan kewirausahaan yang meliputi aktivitas jual beli serta menawarkan barang yang

dimiliki kepada orang lain [14]. Kegiatan *market day* sangat sesuai dengan tahap perkembangan anak usia dini karena proses aktivitasnya bersifat nyata atau konkrit.

Dalam kegiatan *market day*, anak-anak akan berperan sebagai penjual dan pembeli. Anak akan melakukan transaksi jual beli secara nyata, di mana anak akan memperoleh sesuatu sebagai hasil dari transaksi tersebut [15]. Menurut Zulkarnain & Eliyyil aktifitas *market day* termasuk aktivitas yang dapat membuat anak memiliki sikap sebagai seorang wirausaha, selain itu dapat pula menjadikan anak memiliki sikap yang lebih mandiri dan cakap [16]. Berdasarkan hal di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa aktivitas *market day* ini adalah bentuk pengembangan model pembelajaran *Project Based Learning* (PBL). Model pembelajaran ini merupakan model pembelajaran yang berbasis proyek, di mana anak akan merekonstruksi pengetahuan dan keterampilan dalam bentuk produk nyata, kemudian memasarkan produk tersebut kepada teman, guru, atau masyarakat sekitar [17].

Kajian awal yang dilakukan oleh peneliti, membahas tentang pengembangan *entrepreneurship skill* melalui aktivitas *market day* di TK Bona Kota Serang dengan subjek penelitian berjumlah 18 anak. Dalam penelitian ini pula akan membahas terkait analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treaths*) yang digunakan sebagai strategi untuk menganalisis faktor-faktor yang berasal dari internal dan eksternal pada program kegiatan *market day* di TK Bona. Adapun analisis SWOT itu sendiri menurut Slamet Riyanto yaitu kerangka kerja yang sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang besar untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan meminimalkan ancaman [18]. Program kegiatan *market day* yang dilakukan oleh TK Bona dijadikan sebagai strategi sekaligus program atau aktivitas rutin yang dilaksanakan setiap dua minggu sekali. Strategi ini dipilih oleh pihak sekolah karena memiliki beberapa kelebihan diantaranya: untuk mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan sesuai dengan strategi implementasi dan indikator keberhasilan, mengembangkan kemampuan sosial-emosional anak, mengembangkan kemampuan berpikir logis, dan mengembangkan literasi *finansial* anak, serta untuk meningkatkan *bonding* antar sesama orangtua.

Selain itu, gambaran terkait *entrepreneurship skill* anak usia dini di TK Bona menurut hasil wawancara singkat kepada guru dan kepala sekolah yaitu sebagian besar anak kelompok B dari TK Bona sudah memiliki *entrepreneurship skill*. Hasil temuan ini sama seperti hasil temuan pada penelitian Nadhifah yang menunjukkan bahwa kegiatan *market day* terbukti dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan, tanggung jawab, dan kemampuan belajar anak dari berbagai aspek. Anak juga akan menjadi lebih kreatif dan inovatif [19]. Berdasarkan hal tersebut, menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak usia dini merupakan tahapan yang paling ideal karena akan berpengaruh pada masa depan anak kelak. Nilai-nilai tersebut akan tertanam dalam pola pikir dan termanifestasi dalam perilaku anak sehari-hari [20].

Dengan demikian, melalui kegiatan *market day* ini diharapkan anak dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teori serta praktek kewirausahaan sejak dini, serta memiliki *entrepreneurship skill* yang baik sebagai bekal di masa depan. Selain itu, kegiatan *market day* ini diharapkan mampu memenuhi dan mendukung suatu tujuan,

dalam hal ini kemampuan *entrepreneurship* yang ingin dicapai oleh para pendidik ataupun lembaga PAUD untuk anak.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah TK Bona Serang – Banten. Jumlah subjek dalam penelitian ini yaitu 18 anak dengan usia 5-6 tahun dan guru. Adapun instrumen untuk variabel *entrepreneurship* yang digunakan mengacu pada penelitian Endang Mulyani [21]. Terdapat 9 aspek *entrepreneurship skill* yang di adaptasi serta dikembangkan dari total 17 aspek dalam penelitian tersebut. Selain itu, terdapat pula instrumen untuk variabel *market day* dengan total 3 aspek yang akan diukur selama proses kegiatan berlangsung. Lembar instrumen penelitian yang akan digunakan sebagaimana tampak pada tabel 1.

**Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

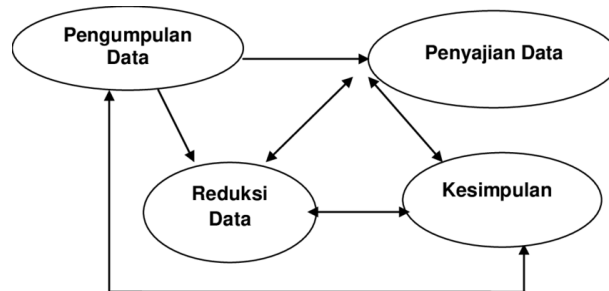
Variabel	Aspek yang akan diukur
1. <i>Entrepreneurship Skill</i>	1.1 Mandiri
	1.2 Kreatif
	1.3 Kerja Keras
	1.4 Jujur
	1.5 Disiplin
	1.6 Tanggung Jawab
	1.7 Kerja sama
	1.8 Rasa Ingin Tahu
	1.9 Komunikasi
2. <i>Market Day</i>	2.1 Persiapan
	2.2 Inti (proses <i>market day</i> )
	2.3 Evaluasi

(Sumber : Mulyani, dimodifikasi)

Adapun kriteria keberhasilan untuk kedua instrumen tersebut, terdiri atas 4 kriteria yaitu skor 1 untuk BB (Belum Berkembang) diberikan jika anak belum mampu melakukan indikator tersebut, skor 2 untuk MB (Mulai Berkembang) diberikan jika anak melakukannya masih harus diingatkan atau dibantu oleh guru, skor 3 untuk BSH (Berkembang Sesuai Harapan) diberikan jika anak sudah mampu melakukan indikator tersebut secara mandiri dan konsisten tanpa harus diingatkan atau dibantu oleh guru, dan skor 4 untuk BSB (Berkembang Sangat Baik) diberikan jika anak tidak hanya mampu melakukan indikator tersebut secara mandiri dan konsisten, tetapi juga mampu membantu temannya yang kesulitan agar mencapai indikator yang diharapkan.

Observasi dilakukan untuk mengamati, mendeskripsikan dan menganalisis SWOT dalam program kegiatan *market day* dari awal hingga akhir, serta mengetahui dampak dari aktivitas *market day* terhadap *entrepreneurship skill* anak usia dini di TK Bona. Selain itu, wawancara dan dokumentasi dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data pendukung ketika di lapangan. Adapun teknik analisis data yang

digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep *triangulasi* dari teori Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan [22]. Berikut ini adalah gambar untuk bagan teknik analisis data yang mengacu pada model Miles dan Huberman.



**Gambar 1. Teknik analisis data**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

TK Bona adalah lembaga formal untuk jenjang pendidikan anak usia dini yang bernuansa islami terletak di Kecamatan Serang, Kota Serang - Banten dan telah berdiri sejak tahun 2014. Meskipun bernuansa islami, pada proses pembelajaran di lembaga ini sangat konsisten untuk mengedepankan pendidikan umum salah satunya yaitu pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan dianggap penting untuk mengembangkan dan meningkatkan sikap *entrepreneurship skill* anak usia dini [23] karena hal ini akan membentuk pandangan positif anak tentang dunia kewirausahaan di masa depan. Pada TK Bona, pendidikan kewirausahaan di implementasikan dalam bentuk kegiatan *market day* yang terdiri atas aktivitas menjual, memasarkan dan membeli produk. *Market Day* adalah kegiatan yang menyenangkan dan edukatif bagi anak usia dini. Kegiatan ini dapat dilakukan secara mandiri oleh anak dengan bantuan guru kelas [24]. Kegiatan *market day* di TK Bona sangat unik dan berbeda dengan program pada lembaga pendidikan anak usia dini lainnya. Hal ini dikarenakan, kegiatan *market day* pada TK Bona dijadikan sebagai program rutin oleh pihak lembaga yang dilaksanakan setiap dua minggu sekali.

Pada masa awal perintisan lembaga di tahun 2015-2016, kegiatan *market day* di TK Bona sama seperti pada lembaga lainnya yaitu hanya sebagai program kegiatan puncak tema dan bersifat *moment* yang dilaksanakan setiap satu semester sekali. Tercetusnya kegiatan *market day* ini dikarenakan kepala sekolah Bona ingin membuat satu program lintas usia. Dalam artian, pada kegiatan tersebut seluruh jenjang usia anak dimulai dari kober, TK A dan TK B ikut serta bersama dalam satu kegiatan. Selain itu, pada awalnya kegiatan tersebut hanya bertujuan agar seluruh anak pada jenjang usia yang berbeda saling mengenal satu sama lain. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan karena terdapat saran serta telah dilakukannya evaluasi setiap tahun. Maka di tahun 2021 konsep aktivitas *market day* ini diubah, kemudian dijadikan sebagai program kegiatan rutin sekolah yang dilaksanakan setiap dua minggu sekali serta memiliki tujuan

baru yaitu untuk mengembangkan kemampuan *entrepreneurship* anak usia dini di TK Bona.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pada hari pelaksanaan *market day* di TK Bona, kegiatan diawali dengan kedatangan anak. Guru yang bertugas piket pada hari tersebut akan melakukan SOP (Standar Operasional Prosedur) penyambutan. Jika anak yang bertugas sebagai penjual datang, anak tersebut akan diminta untuk menyerahkan barang dagangannya terlebih dahulu kepada guru untuk di data, kemudian akan diarahkan kembali masuk ke dalam kelas. Pada pukul 08.00 WIB pintu gerbang pagar akan ditutup oleh guru piket dan semua aktivitas pembelajaran akan segera dimulai.



**Gambar 2. Persiapan market day**

Pelaksanaan kegiatan *market day* ini dilakukan pada area halaman *outdoor* sekolah. Guru yang bertanggungjawab atas kegiatan *market day* pada hari tersebut, akan memanggil dan membawa anak menuju area *market day*. Pada area tersebut sudah ada seperangkat meja dan kursi yang telah disesuaikan dengan jumlah anak. Setelah seluruh anak yang bertugas sebagai penjual memasuki area *market day*, anak akan mulai memasuki tahap persiapan. Pada tahap ini terdiri atas lima kegiatan yaitu: memakai baju koki, mempersiapkan alat dan bahan, merapihkan barang dagangan, pemberian arahan oleh guru, dan istirahat (saling membeli dagangan teman) hal ini dilakukan sebelum para penjual melakukan kegiatan menjual dan memasarkan barang dagangan kepada pembeli.



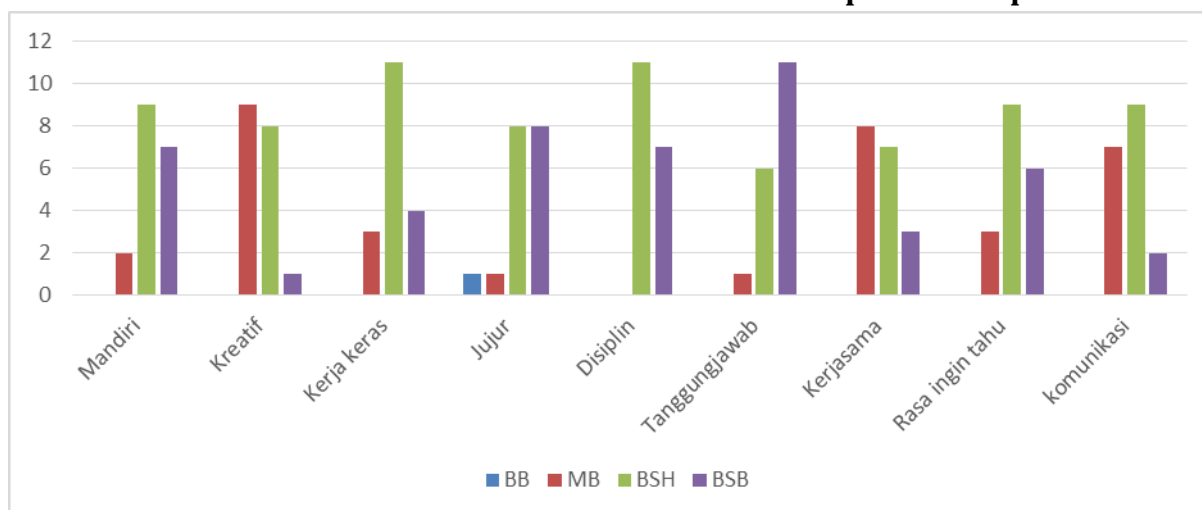
**Gambar 3. Mempromosikan produk, market day, menghitung uang**

Setelah penjual selesai melakukan persiapan, penjual akan melakukan aktivitas promosi. Kemudian penjual akan kembali ke area *market day* bersiap untuk melakukan kegiatan menjual dan menawarkan barang dagangan kepada pembeli. Selanjutnya para pembeli akan masuk ke area *market day* secara bergiliran sesuai dengan antrian dan urutan barisan. Setelah penjual dan pembeli bertemu, maka saat itulah proses transaksi

jual-beli akan berlangsung dan pada saat itu pula sikap *entrepreneurship* anak akan terlihat dengan jelas. Kemudian setelah kegiatan *market day* selesai, pembeli akan diarahkan untuk istirahat di dalam kelas, sedangkan penjual akan melakukan tahap evaluasi terlebih dahulu. Tahap evaluasi ini meliputi kegiatan membereskan alat dan bahan, menghitung uang hasil penjualan, dan *recalling* oleh guru. Jika penjual sudah melakukan evaluasi, penjual akan diarahkan untuk masuk ke dalam kelas dan melanjutkan kegiatan pembelajaran beserta dengan anak-anak yang lain dan guru kelas masing-masing. Tahap yang terakhir adalah *recalling* secara keseluruhan serta penutup.

Berdasarkan hasil data implementasi yang sudah dipaparkan sebelumnya, kegiatan *market day* dirancang untuk membantu anak dalam mengembangkan sikap *entrepreneurship* atau kewirausahaan sejak dini [1]. Kegiatan *market day* dinilai dapat memberikan dampak yang positif untuk pengembangan sikap *entrepreneurship* anak. Beberapa dampak tersebut diantaranya adalah mandiri, disiplin, kreatif, inovatif, berani mengambil resiko, dan dapat berorientasi pada tindakan untuk masa depan [21]. Untuk mengetahui sikap *entrepreneurship* beserta dengan kriteria pencapaian yang dimiliki oleh anak-anak di TK Bona dapat dilihat melalui grafik 1 berikut ini.

**Grafik 1. Hasil Analisis Variabel Entrepreneurship**



(Sumber : Data hasil analisis peneliti)

Jika dilihat melalui grafik 1 diatas, terdapat sebanyak 9 aspek yang di ukur untuk variabel *entrepreneurship* yaitu mandiri, kreatif, kerja keras, jujur, disiplin, tanggungjawab, kerjasama, rasa ingin tahu, dan komunikasi. Setiap aspek memiliki indikatornya masing-masing dengan jumlah yang berbeda. *Pertama* mandiri, untuk aspek mandiri hasil pada grafik 1 menunjukkan bahwa dari total 18 anak, sebanyak 2 anak berada pada skor 2 (MB), 9 anak berada pada skor 3 (BSH), dan 7 anak berada pada skor 4 (BSB). Pada kegiatan *market day*, 2 anak dengan kriteria penilaian MB berada pada tahap mulai berkembang. Dalam artian, saat proses aktivitas melayani pembeli, memberikan uang kembalian kepada pembeli, dan menghitung banyak uang yang didapat setelah kegiatan *market day* selesai, anak masih harus dibantu oleh guru dan belum terbiasa untuk melakukannya sendiri. Meskipun masih terdapat anak dengan kriteria MB, namun rata-rata kemampuan mandiri anak pada kegiatan *market day* sudah berada pada kriteria BSH dan BSB. Hal tersebut menunjukkan bahwa anak di TK Bona



sudah memiliki sikap *entrepreneurship* yaitu kemandirian. Kemandirian merupakan hasil dari sebuah proses yang panjang serta berkelanjutan dan membutuhkan stimulasi berupa kegiatan belajar, pelatihan, dan pengalaman secara langsung [25]. Untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemandirian dapat melalui aktivitas *market day*, karena pelaksanaan aktivitas *market day* melibatkan anak secara langsung atau *learning by doing* [26].

*Kedua* kreatif, kreatifitas menjadi salah satu sikap dari *entrepreneurship* yang penting untuk dimiliki oleh anak usia dini [27]. Berdasarkan grafik 1 pada aspek kreatif menunjukkan hasil bahwa terdapat 9 anak berada pada skor 2 (MB), 8 anak berada pada skor 3 (BSH), dan 1 anak berada pada skor 4 (BSB). Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan yaitu rata-rata kriteria penilaian yang diperoleh dari total 18 anak, 9 anak masih berada pada kriteria mulai berkembang dan belum sepenuhnya memiliki rasa inisiatif yang tinggi dalam membantu teman ketika merapihkan barang dagangan. Pada saat pelaksanaan *market day* anak lebih cenderung fokus pada diri sendiri dan enggan untuk membantu teman yang lain. Namun disisi lain terdapat pula sebanyak 8 anak yang berada pada kriteria BSH, artinya anak tersebut sudah mampu berinisiatif membantu teman ketika merapihkan barang dagangan.

*Ketiga* kerja keras, dengan berkerja keras anak akan memiliki sikap *entrepreneurship* yang dibutuhkan kelak dimasa depan. Hal tersebut sejalan dengan Emzia Fajri yang menyatakan bahwa kegiatan *market day* dapat memupuk sikap wirausaha anak sejak dini salah satunya yaitu kerja keras [28]. Berdasarkan grafik 1 diatas pada aspek kerja keras terdapat 3 anak berada pada skor 2 (MB), 11 anak berada pada skor 3 (BSH), dan 4 anak berada pada skor 4 (BSB). Hal ini menunjukkan dari total 18 anak, 11 diantaranya sudah memperoleh kriteria berkembang sesuai harapan. Artinya anak-anak tersebut sudah mampu bersungguh-sungguh dan pantang menyerah dalam menjual barang dagangannya. Namun disisi lain pula masih terdapat 3 anak yang memperoleh kriteria mulai berkembang. Anak masih membutuhkan motivasi lebih dari guru untuk meningkatkan sikap kerjakeras saat aktivitas *market day* berlangsung.

*Keempat* jujur, kejujuran adalah kunci untuk menjadi seorang penguasa yang sukses dan sikap yang paling utama didalam dunia bisnis [26]. Kejujuran merupakan sikap yang harus ditanamkan sedari dini, sikap ini akan melekat pada diri anak dan terbawa sampai dewasa kelak. Jika dilihat melalui grafik 1 diatas, terdapat 1 anak berada pada skor 1 (BB), 1 anak berada pada skor 2 (MB), 8 anak berada pada skor 3 (BSH), dan 8 anak berada pada skor 4 (BSB). Pada aspek jujur kriteria penilaian paling tinggi berada pada BSH dan BSB yaitu sebanyak 16 anak dari total keseluruhan 18 anak. Pada akvititas *market day* anak-anak sudah memiliki sikap jujur dan mampu berkata sesuai keadaan ketika proses transaksi pada aktivitas *market day* berlangsung, tanpa harus diingatkan kembali oleh guru.

*Kelima* disiplin, kedisiplinan merupakan bagian dari pembiasaan yang dapat dilakukan baik dari orangtua ataupun guru. Kedisiplinan ini menjadi sikap *entrepreneurship* yang terkandung dalam aktivitas *market day* [29] di TK Bona sendiri kedisiplinan menjadi hal yang utama dan wajib dimiliki oleh anak. Berdasarkan grafik 1 diatas, terdapat 11 anak berada pada skor 3 (BSH) dan 7 anak berada pada skor 4 (BSB).



Hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan anak-anak sudah memiliki sikap disiplin, seperti anak sabar ketika menunggu giliran, anak mengikuti kegiatan *market day* dari awal hingga akhir, dan anak mematuhi aturan yang telah disampaikan oleh guru sebelum aktivitas *market day* berlangsung.

*Keenam* tanggung jawab, aspek ini merupakan bagian dari sikap *entrepreneurship* yang harus dimiliki anak usia dini. Melalui kegiatan *market day* anak akan dilatih untuk dapat memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi [30]. Hasil pada grafik 1 di atas menunjukkan bahwa terdapat 1 anak berada pada skor 2 (MB), 6 anak pada skor 3 (BSH), dan 11 anak pada skor 4 (BSB). Pada aspek tanggungjawab ini kriteria penilaian paling tinggi berada pada BSB, artinya anak sudah mampu merapikan barang dagangannya ketika sebelum kegiatan *market day* berlangsung tanpa dibantu oleh guru dan anak-anak sudah mampu bertanggung jawab atas barang dagangannya sendiri.

*Ketujuh* kerjasama, ialah sikap atau perilaku untuk menjalin hubungan dengan orang lain [21]. Sikap ini sangat dibutuhkan saat melakukan aktivitas *market day*, karena dapat bermanfaat untuk menjalin relasi dengan orang lain. Berdasarkan hasil dari grafik 1 terdapat sebanyak 8 anak berada pada skor 2 (MB), 7 anak berada pada skor (BSH), dan 3 anak berada pada skor 4 (BSB). Pada aspek kerjasama ini kriteria penilaian paling tinggi berada pada skor 2 (MB) yaitu sebanyak 8 anak. Dalam artian untuk aspek kerjasama pada aktivitas *market day* anak tersebut masih berada pada tahap mulai berkembang, hal ini dikarenakan saat aktivitas berlangsung anak belum sepenuhnya mampu bekerjasama baik dengan teman ataupun guru. Namun disisi lain terdapat pula sebanyak 7 anak pada kriteria BSH yang artinya anak tersebut sudah mampu bekerjasama dengan teman dan guru.

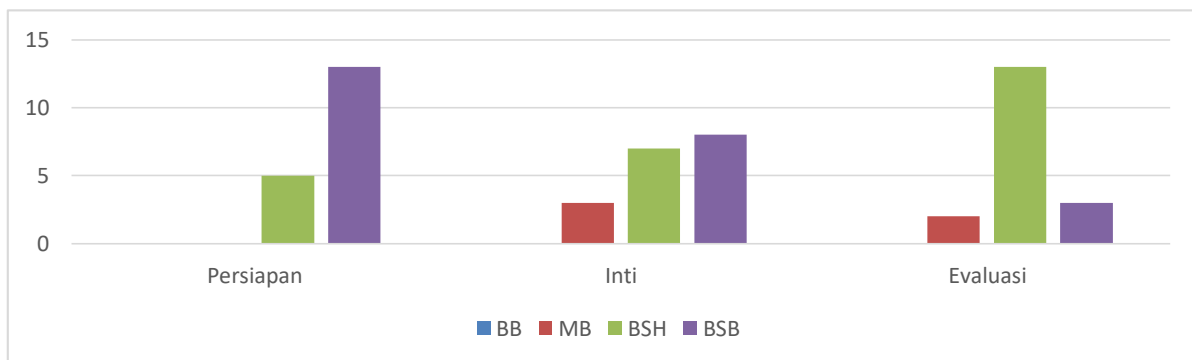
*Kedelapan* rasa ingin tahu, jika dilihat melalui grafik 1 di atas pada aspek rasa ingin tahu terdapat 3 anak berada pada skor 2 (MB), 9 anak berada pada skor 3 (BSH), dan 6 anak berada pada skor 4 (BSB). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada aspek rasa ingin tahu, rata-rata kemampuan anak sudah berada pada kriteria BSH dan BSB. Pada saat aktivitas *market day* berlangsung, anak sudah mampu atau lebih tepatnya sudah berani bertanya kepada guru ketika ada hal terkait kegiatan *market day* yang tidak dimengerti. Selain itu, anak juga sudah mampu mengenal nominal uang. Kecakapan dalam mengenal nominal uang ini sangat penting dan perlu diterapkan sejak dini [31]. Dibutuhkan waktu dalam proses pengenalan nominal uang, sehingga hal ini tidak bisa *instan* untuk dilakukan. Dengan aktivitas *market day* yang dilakukan secara rutin, diharapkan dapat mengembangkan rasa ingin tahu anak terhadap literasi finansial.

*Kesembilan* komunikasi, untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses kelak dimasa depan, maka aspek ini menjadi salah satu kunci yang harus dimiliki dan dikembangkan sejak dini. Komunikasi dalam *entrepreneurship* dapat dikembangkan melalui aktivitas *market day*. Pada kegiatan *market day* jika penjual tidak dapat berkomunikasi dengan baik kepada pembeli, maka transaksi jual-beli tidak akan berjalan dengan baik pula [32]. Aspek komunikasi dalam grafik 1 menunjukkan hasil yaitu sebanyak 7 anak berada pada skor 2 (MB), 9 anak berada pada skor 3 (BSH), dan 2 anak berada pada skor 4 (BSB). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebanyak 9 anak

pada kriteria BSH sudah mampu berkomunikasi dengan baik kepada pembeli tanpa harus dibantu guru. Namun disisi lain, terdapat pula 7 anak yang belum mampu berkomunikasi dengan baik kepada pembeli dan masih harus dibantu oleh guru, ini dikarenakan anak belum sepenuhnya percaya diri untuk berkomunikasi secara langsung didepan temannya.

Selain variabel *entrepreneurship*, dalam penelitian ini juga terdapat variabel *market day*. Untuk mengetahui secara keseluruhan bagaimana kemampuan anak ketika dari mulai tahap persiapan, inti kegiatan dan evaluasi dari dilihat melalui grafik 2 berikut ini.

**Grafik 2. Hasil Analisis Variabel Market Day**



(Sumber : Data hasil analisis peneliti)

Berdasarkan hasil analisis grafik 2 diatas, untuk variabel *market day* terdapat 3 tahap yang akan diukur, tahapan tersebut terdiri atas persiapan, inti, dan evaluasi. Setiap tahapan memiliki indikatornya masing-masing dengan jumlah yang berbeda. *Pertama* persiapan, untuk tahap persiapan ini dari total 18 anak terdapat 5 anak diantaranya berada pada skor 3 (BSH) dan 13 anak lainnya berada skor 4 (BSB). Hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan pada tahap persiapan ini anak sudah mampu melakukan aktivitas dengan baik. Anak sudah mampu mengetahui apa yang akan dilakukan hari tersebut, mengetahui apa yang akan dijual, serta mengetahui alat dan bahan yang dibutuhkan dalam aktivitas *market day*.

*Kedua* inti, pada tahapan ini anak sangat antusias dalam melakukan kegiatan jual-beli. Baik penjual maupun pembeli sudah mengetahui tugasnya masing-masing, sehingga kegiatan *market day* pada hari tersebut berjalan dengan lancar. Jika dilihat melalui grafik 2 diatas, tahapan inti menunjukkan bahwa masih terdapat 3 anak berada pada skor 2 (MB). Pada saat aktivitas *market day* rata-rata secara keseluruhan dari total 18 anak terdapat 7 dan 8 anak yang sudah memiliki kemampuan dalam mengetahui tugas dan perannya masing-masing, anak-anak tersebut sudah berada pada skor 3 (BSH) dan skor 4 (BSB). *Ketiga* evaluasi, berdasarkan grafik 2 diatas pada tahap evaluasi ini terdapat 2 anak berada pada skor 2 (MB), namun secara keseluruhan kriteria penilaian paling tinggi dengan 13 anak dari total 18 anak yaitu berada pada skor 3 (BSH). Anak-anak sudah mampu melakukan kegiatan dengan penuh tanggungjawab, mampu menghitung jumlah nominal uang yang didapatkan, dan recalling seluruh kegiatan pada hari tersebut. Dan terdapat 4 anak berada pada skor 4 (BSB) yang artinya anak sudah

mampu mengikuti kegiatan evaluasi secara keseluruhan setelah aktivitas *market day* berlangsung.

Dengan demikian, melalui kegiatan *market day* ini dapat mengembangkan kemampuan *entrepreneurship* anak usia dini. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Nadhifa dengan judul “Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Pada Anak Usia Dini Melalui Event Market Kids”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan anak yaitu *market day* yang dilakukan oleh PAUD KB Starkids dapat menstimulasi dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan anak melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa anak mampu mengembangkan keterampilan diri, menjalankan tugas serta tanggung jawabnya masing-masing. Anak juga dapat belajar tentang berbagai hal dari keenam aspek perkembangan anak usia dini dan anak dapat menjadi versi dirinya yang lebih kreatif maupun inovatif [19]. Sejalan dengan hasil penelitian Suharyoto yaitu melalui kegiatan *market day* sikap kewirausahaan memang efektif diajarkan atau ditanamkan sejak dini. Hal ini dikarenakan, sikap, mental, dan karakter kewirausahaan ini tidak hanya dapat digunakan sebagai bekal anak saat tumbuh dewasa, tetapi juga membantu anak ketika menghadapi kesulitan hidup di kemudian hari [33].

TK Bona mengimplementasikan sikap *entrepreneurship* kedalam program kegiatan *market day*. Pada program kegiatan *market day* di TK Bona ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dan kelebihan yang disebabkan oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Berbagai faktor pada program *market day* ini dapat dilihat melalui analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan strategi penyelesaian masalah khususnya pada kegiatan *market day* dengan mengamati kekuatan dan kelemahan lingkungan internal serta peluang dan hambatan lingkungan eksternal terutama pada saat peristiwa hari pasar [34]. Penggunaan analisis SWOT ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis berbagai faktor yang ada pada program. Berikut ini peneliti uraikan hasil analisis SWOT untuk program kegiatan *market day* di TK Bona.

*Strenghts* (kekuatan), merupakan kondisi internal yang positif dan memberikan keuntungan serta menjadi kunci pembeda dengan lembaga lain [34]. Dalam aktivitas *market day* di TK Bona yang menjadi kekuatan dan kunci pembeda dengan lembaga lain, terletak pada program kegiatannya. Program *market day* di TK Bona dijadikan sebagai kegiatan rutin yang dilakukan setiap dua minggu sekali. Aktivitas *market day* ini dipilih oleh pihak lembaga sebagai program rutin karena dinilai memiliki banyak keunggulan yang komplit. Selain itu, TK Bona memiliki sumber daya guru muda yang kompeten, sehingga menjadi pendukung utama untuk setiap pelaksanaan program. Hubungan kerjasama antara orangtua, guru, dan pihak lembaga juga menjadi kunci utama kekuatan dalam menjalankan setiap program termasuk *market day*. *Weakness* (kelemahan), dalam sebuah lembaga mengacu pada kondisi internal yang dapat menghambat dalam menangani peluang dan menangkal ancaman [35]. Kelemahan dari aktivitas *market day* di TK Bona terletak pada saat program kegiatan berlangsung. Melaksanakan program *market day* membutuhkan persiapan yang matang, hal ini dapat memakan waktu dan

tenaga yang cukup besar, terkhusus bagi pihak guru dan lembaga yang menjadi penanggungjawab utama. Namun kelemahan tersebut masih dapat terasatasi dengan cara melakukan evaluasi dan perencanaan yang lebih matang agar pelaksanaan *market day* yang dilaksanakan secara rutin tersebut dapat menjadi lebih efektif.

*Opportunities* (peluang), merupakan kondisi eksternal yang dapat memberikan keuntungan bagi lembaga pendidikan [36]. Jika dilihat dari program rutin *market day* yang dilaksanakan oleh TK Bona, hal ini dapat menjadi peluang untuk pihak lembaga dalam mendapatkan calon peserta didik baru. Biasanya orangtua akan melihat berbagai program yang ada terlebih dahulu di lembaga tersebut sebelum mendaftarkan anak-anaknya. Dengan waktu pelaksanaan program *market day* yang unik dengan lembaga lain dan memiliki banyak manfaat, hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi lembaga dalam bersaing dengan lembaga lain. *Threats* (tantangan), kondisi eksternal yang tidak menguntungkan dan akan berdampak pada masa depan lembaga pendidikan [34]. Sejauh ini, tidak ada tantangan dari kondisi eksternal yang terlalu serius terkait dengan program *market day* yang dilaksanakan di TK Bona. Hal ini telah dikonfirmasi langsung oleh kepala sekolah melalui sesi wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Tantangan yang muncul hanya ada pada saat aktivitas *market day* berlangsung yaitu ketika uang total keseluruhan yang didapatkan anak tidak sesuai dengan banyaknya jumlah barang dagangan yang dibawa. Solusi yang dapat dilakukan untuk menghadapi tantangan tersebut adalah komunikasi dengan pihak orangtua, menjelaskan secara lengkap untuk kronologinya, namun setelah itu pihak lembaga yang tetap bertanggungjawab mengganti jumlah uang yang kurang sesuai dengan jumlah dagangan yang dibawa oleh anak.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, *entrepreneurship* atau kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting untuk diperkenalkan pada anak sejak dini [37]. Fokus pembelajaran kewirausahaan untuk anak mengarah pada penanaman pola pikir yang dapat menumbuhkan sikap kreatif disiplin, berpikir kritis, kemampuan memecahkan masalah, komunikasi, manajemen waktu, pengendalian diri, dan kualitas penting lainnya yang diperlukan untuk perkembangan anak [38]. Apabila seorang anak tidak memiliki sikap kewirausahaan, ada beberapa akibat yang mungkin terjadi kelak dimasa depannya yaitu: akan ketergantungan dengan pekerjaan konvensional dan cenderung merasa kesulitan untuk menciptakan peluang bisnis sendiri atau mengembangkan ide baru, kurangnya kreativitas dalam berpikir dan menghasilkan inovasi, ketidakmampuan untuk mengatasi risiko, serta keterbatasan dalam mengelola keuangan [39]. Penting untuk diingat, bahwasannya sikap kewirausahaan ini dapat dikembangkan seiring berjalannya waktu.

## KESIMPULAN

Hasil aktivitas *market day* menunjukkan bahwa kegiatan ini dapat mengembangkan *entrepreneurship skill* anak usia dini khususnya di TK Bona. Dari hasil analisis data, pada variabel *entrepreneurship* terdapat total 9 aspek dengan 16 indikator, hasil menunjukkan aspek tertinggi berada pada aspek kerja keras, disiplin, dan

tanggungjawab. Pada aspek kerja keras dan disiplin terdapat 11 anak yang memperoleh skor 3 (BSH) dan untuk aspek tanggungjawab terdapat 11 anak yang memperoleh skor 4 (BSB). Namun secara keseluruhan disetiap aspek pada variabel *entrepreneurship* rata-rata kemampuan anak sudah berada pada kriteria BSH dan BSB. Selanjutnya, untuk variabel *market day* terdapat total 3 tahapan dengan 7 indikator, hasil menunjukkan tahapan tertinggi berada pada tahap persiapan dan evaluasi. Pada tahap persiapan terdapat 13 anak yang memperoleh skor 4 (BSB) dan tahap evaluasi terdapat 13 anak yang memperoleh skor 3 (BSH). Berkaitan dengan mengembangkan kemampuan *entrepreneurship skill* anak usia dini melalui aktivitas *market day*, diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar untuk anak dimasa depannya kelak. Kegiatan *market day* ini sangat dianjurkan untuk dilaksanakan sebagai program rutin yang disesuaikan kembali dengan kebutuhan setiap lembaga. Selain itu, dibutuhkan dukungan penuh baik dari pihak lembaga, guru, ataupun orang tua agar kemampuan *entrepreneurship* anak dapat berkembang secara optimal.

## **PENGHARGAAN**

Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih kepada civitas akademik UPI Kampus Serang. Terimakasih kepada TK Bona yang telah mengizinkan dan memberikan fasilitas kepada penulis untuk melakukan penelitian. Terimakasih kepada Tim Editor Jurnal Murhum yang senantiasa telah memberikan kesempatan, membantu dalam memberikan kritik dan saran untuk perbaikan artikel ini. Serta tak lupa ucapan terimakasih kepada teman-teman seperjuangan yang rela membantu penulis dalam melakukan penelitian.

## **REFERENSI**

- [1] U. Hasanah, "Upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan market day bagi anak usia dini," *Dedik. J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 9–19, 2019, [Online]. Available: <https://www.e-journal.metrouniv.ac.id/JPM/article/view/1599>
- [2] A. R. Rahim and B. Basir, "Peran kewirausahaan dalam membangun ketahanan ekonomi bangsa," *J. Econ. Resour.*, vol. 2, no. 1, pp. 34–39, 2019, [Online]. Available: <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/JER/article/view/454>
- [3] S. Syafril, M. Rachmawati, F. Supanto, and Syaifullah, "Edukasi Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bangkit dan Maju," *PADMA*, vol. 3, no. 2, pp. 42–49, Dec. 2023, doi: 10.56689/padma.v3i2.1074.
- [4] L. Yohanna and S. Maya, "The Emergence of Character and Entrepreneurial Spirit Since Childhood," in *Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 2019, vol. 15, no. 2, pp. 97–112. doi: 10.2991/icebef-18.2019.145.
- [5] A. Hassi, "Effectiveness of early entrepreneurship education at the primary school level: Evidence from a field research in Morocco," *Citizenship, Soc. Econ. Educ.*, vol. 15, no. 2, pp. 83–103, Aug. 2016, doi: 10.1177/2047173416650448.
- [6] P. Dickel, M. Sienknecht, and J. Hörisch, "The early bird catches the worm: an

- empirical analysis of imprinting in social entrepreneurship," *J. Bus. Econ.*, vol. 91, no. 2, pp. 127–150, Mar. 2021, doi: 10.1007/s11573-020-00969-z.
- [7] N. N. Kumalasari and R. Hasibuan, "Pengaruh Kegiatan Market Day terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun," *SELING J. Progr. Stud. PGRA*, vol. 9, no. 2, pp. 322–329, 2023, doi: 10.29062/seling.v9i2.1826.
- [8] D. Purwaningsih and N. Al Muin, "Mengenalkan Jiwa Wirausaha pada Anak Sejak Dini melalui Pendidikan Informal," *J. USAHA*, vol. 2, no. 1, pp. 34–42, Jun. 2021, doi: 10.30998/juuk.v2i1.653.
- [9] J.-E. Park, Y. Ko, J. Cho, and J.-H. Park, "A study on the Perception of College students studying Early Childhood Education about Entrepreneurship Education," *J. Converg. Inf. Technol.*, vol. 10, no. 10, pp. 53–64, 2020, doi: 10.22156/CS4SMB.2020.10.10.053.
- [10] F. S. Santoso, "Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan Islam," *Nuansa Akad. J. Pembang. Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 13–22, Jun. 2020, doi: 10.47200/jnajpm.v5i1.418.
- [11] T. Rukmana, E. Munastiwi, V. A. Puspitaloka, N. Mustika, and K. Khoirunni'mah, "Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan Market Day," *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 7, no. 1, pp. 416–426, Jan. 2023, doi: 10.31004/obsesi.v7i1.2781.
- [12] W. Bhakti, "Upaya Meningkatkan Entrepreneurship Anak Melalui Cooking Class Pada Kelompok B," *J. PG-PAUD Trunojoyo J. Pendidik. dan Pembelajaran Anak Usia Dini*, vol. 2, no. 2, pp. 105–116, 2015, doi: 10.21107/pgpaustrunojoyo.v2i2.2607.
- [13] R. Nugrahani, E. Munastiwi, and E. Suhendro, "Strategi Pengembangan Nilai-Nilai Entrepreneurship pada Anak Usia Dini," *J. Early Child. Educ.*, vol. 2, no. 2, pp. 138–154, Feb. 2021, doi: 10.15408/jece.v2i2.17390.
- [14] B. Badawi Badawi, "Pembentukan Karakter Kewirausahaan dengan Kegiatan Market Day di Sekolah Dasar Soekarno Hatta," *Edukasi Ling. Sastra*, vol. 21, no. 1, pp. 88–97, Apr. 2023, doi: 10.47637/elsa.v21i1.647.
- [15] A. Prasetyaningsih, "Membentuk jiwa kewirausahaan pada anak usia dini melalui kegiatan 'Market Day,'" *SELING J. Progr. Stud. PGRA*, vol. 2, no. 2, pp. 88–102, 2016, doi: 10.29062/seling.v2i2.220.
- [16] Z. Zulkarnain and E. Akbar, "Implementasi Market Day dalam Mengembangkan Entrepreneurship Anak Usia Dini di TKIT An-Najah Kabupaten Aceh Tengah," *JPUD - J. Pendidik. Usia Dini*, vol. 12, no. 2, pp. 391–400, Nov. 2018, doi: 10.21009/JPUD.122.20.
- [17] S. SUTINI, "Upaya Menanamkan Nilai-Nilai Entrepreneurship untuk Membekali Kecakapan Hidup ( Life Skill ) Sejak Dini pada Peserta Didik," *Teach. J. Inov. Kegur. dan Ilmu Pendidik.*, vol. 1, no. 2, pp. 38–44, Jul. 2021, doi: 10.51878/teaching.v1i2.225.
- [18] S. Riyanto, M. N. L. Azis, and A. R. Putera, "Analisis SWOT sebagai penyusunan Strategi Organisasi," *Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani*, pp. 61–62, 2021.
- [19] N. Nadlifah, L. N. W. Fajzrina, T. Triyana, N. Ismayyah, N. Loka, and T. Mujiati, "Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Anak Usia Dini melalui Event Market Kids," *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 7, no. 3, pp. 3486–3497, Jun. 2023, doi: 10.31004/obsesi.v7i3.4354.
- [20] M. F. Wardhani, D. Puspitasari, and M. Mujib, "Peran Menanamkan Nilai Kewirausahaan pada Anak Usia Dini dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0," *BISEKER (bus. Econ. Entrep.*, vol. 5, no. 2, p. 14, May 2023, doi: 10.61689/bisecer.v5i2.347.

- [21] A. Yanti, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha," *Maneggio J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 268–283, Sep. 2019, doi: 10.30596/maneggio.v2i2.3774.
- [22] S. Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [23] S. Wulandari, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini melalui Berdagang Pada TK Nailul Maram Jember," *Educ. J. J. Educ. Res. Dev.*, vol. 7, no. 1, pp. 20–24, Feb. 2023, doi: 10.31537/ej.v7i1.971.
- [24] V. Anggraini, E. Rahmayanti, Thamrin, and A. Priyanto, "Efektivitas Kegiatan Market Day untuk Mengembangkan Literasi Finansial Anak Usia Dini," *J. Pelita PAUD*, vol. 8, no. 1, pp. 39–45, Nov. 2023, doi: 10.33222/pelitapaud.v8i1.3483.
- [25] E. Erdiyanti and S. Syukri, "Peningkatan Kompetensi Guru PAUD Non PG-PAUD Melalui Pendampingan Pembuatan Media Pembelajaran Di Kecamatan Konda," *Murhum J. Pendidik. Anak Usia Dini*, pp. 68–79, Jun. 2021, doi: 10.37985/murhum.v2i1.34.
- [26] M. Fadlillah, R. Wahab, and Y. Ayriza, "Understanding the Experience of Early Childhood Education Teachers in Teaching and Training Student Independence at School," *Qual. Rep.*, vol. 15, no. 2, pp. 97–112, May 2020, doi: 10.46743/2160-3715/2020.4163.
- [27] L. Rosidah and D. Surya Aprilyanti, "Mewujudkan PAUD Berbasis Entrepreneurship melalui Kearifan Lokal," *Murhum J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 4, no. 2, pp. 119–128, Aug. 2023, doi: 10.37985/murhum.v4i2.305.
- [28] S. Andayani, "Bermain sebagai sarana pengembangan kreativitas anak usia dini," *J. AN-NUR Kaji. Ilmu-Ilmu Pendidik. Dan Keislam.*, vol. 7, no. 01, pp. 230–238, 2021, [Online]. Available: <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/annur/article/view/87>
- [29] E. Fajri, C. Haq, M. Sidiq, and F. Martha, "Kegiatan Market Day sebagai Upaya untuk Memupuk Kreativitas dan Jiwa Wirausaha Siswa di TK Islam Al-Azhar Bukittinggi," *Res. Dev. J. Educ.*, vol. 9, no. 1, p. 171, Apr. 2023, doi: 10.30998/rdje.v9i1.14895.
- [30] I. F. Ningsih, E. Munastiwi, and N. S. Gusti, "Implementasi Nilai – Nilai Kewirausahaan Melalui Market Day Di TK IT Ar-Rahmah," *Raudhatul Athfal J. Pendidik. Islam Anak Usia Dini*, vol. 6, no. 1, pp. 21–29, Aug. 2022, doi: 10.19109/ra.v6i1.12480.
- [31] D. Apriliani, D. D. Lestari, D. L. Setiyani, and S. N. Kinanti, "Nilai Tanggung Jawab Pada Anak Kelompok B Melalui Kegiatan Market Day Di TK Melati Honggosoco Kudus," *QURROTI*, vol. 4, no. 2, pp. 158–169, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.stpi-bim.ac.id/index.php/qurroti/article/view/87>
- [32] L. Suzanti *et al.*, "'Si Kemal': Video Animasi Literasi Keuangan untuk Anak Prasekolah," *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 7, no. 6, pp. 7231–7240, Dec. 2023, doi: 10.31004/obsesi.v7i6.5718.
- [33] A. D. Hartanti, A. Abdurrahmansyah, and M. Adil, "Pentingnya Kemampuan Komunikasi dalam Berwirausaha," *Rural Dev. Econ. Resil.*, vol. 2, no. 2, pp. 97–112, Jan. 2023, doi: 10.53698/rudence.v2i2.37.
- [34] L. S. Suharyoto, "Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day," *GOLDEN AGE J. Pendidik. ANAK USIA DINI*, vol. 1, no. 1, pp. 97–112, Jun. 2017, doi: 10.29313/ga.v1i1.2861.
- [35] Z. Suriono, "Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan," *ALACRITY J. Educ.*, vol. 15, no. 2, pp. 94–103, Jan. 2022, doi: 10.52121/alacrity.v1i3.50.



- [36] I. Istiqomah and I. Andriyanto, "Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus)," *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 5, no. 2, p. 363, Feb. 2018, doi: 10.21043/bisnis.v5i2.3019.
- [37] I. Rochman, "Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta). *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 3 (1), 36--52," *Al-Iman J. Keislam. dan Kemasyarakatan*, vol. 3, no. 1, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/3527>
- [38] I. Yusuf, S. Hartati, and T. Sumadi, "Implementasi Pembelajaran Entrepreneurship di Taman Kanak-kanak," *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 6, no. 3, pp. 1158–1168, Aug. 2021, doi: 10.31004/obsesi.v6i3.1737.
- [39] L. Suzanti and S. Maesaroh, "Entrepreneurship Learning for Early Childhood," in *Proceedings of the 2nd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship*, 2017, pp. 403–410. doi: 10.5220/0006887004030410.