

**IMPLEMENTASI KEGIATAN MARKET DAY
DALAM MENANAMKAN NILAI ENTREPRENEURSHIP
PADA ANAK USIA DINI**

Adinda Ayu Wulansari¹, Mushab Al Uamiri², Fitri Ayu Fatmawati³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

e-mail: adien2906@gmail.com, alumairi.mushab@umg.ac.id,
fitriayufatmawati92@umg.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengembangan karakter entrepreneurship sejak usia dini sebagai bagian dari pembentukan keterampilan hidup, kemandirian, kreativitas, dan kemampuan sosial anak. Kegiatan market day dipilih sebagai media pembelajaran kontekstual yang membuat anak memperoleh pengalaman langsung melalui aktivitas jual beli sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kegiatan market day dalam menanamkan nilai entrepreneurship pada anak usia dini di KB Aisyiyah 42. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kegiatan market day di KB Aisyiyah 42 dilakukan melalui tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi yang melibatkan guru, anak, dan orang tua dalam proses pembelajaran. Kegiatan market day tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas jual beli, tetapi juga menjadi sarana penanaman nilai entrepreneurship seperti kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, disiplin, kerja sama, keberanian berkomunikasi, dan rasa percaya diri pada anak usia dini. Selain itu, peran guru sebagai pembimbing, fasilitator, motivator, dan teladan memiliki kontribusi penting dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan market day. Penelitian ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman melalui kegiatan market day mampu menciptakan suasana belajar yang aktif, menyenangkan, dan bermakna bagi anak usia dini. Oleh karena itu, kegiatan market day dapat dijadikan sebagai alternatif pembelajaran inovatif dalam mengembangkan karakter entrepreneurship pada anak usia dini di lingkungan PAUD.

Kata Kunci: Market Day, Entrepreneurship, Anak Usia Dini, Pendidikan Karakter, Pembelajaran Kontekstual

Abstract

This research is motivated by the importance of developing entrepreneurial character from an early age as part of building life skills, independence, creativity, and children's social abilities. This study aims to analyze the implementation of market day activities

in instilling entrepreneurship values in early childhood at KB Aisyiyah 42.. Market day activities were chosen as a contextual learning medium that allows children to gain direct experience through simple buying and selling activities. This study employed a qualitative method with a field research design. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation, while data analysis used the Miles and Huberman model consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the implementation of market day activities at KB Aisyiyah 42 was carried out through preparation, implementation, and evaluation stages involving teachers, children, and parents in the learning process. Market day activities not only functioned as buying and selling activities but also became a medium for instilling entrepreneurship values such as independence, responsibility, creativity, discipline, cooperation, communication skills, and self-confidence in early childhood. In addition, the role of teachers as mentors, facilitators, motivators, and role models contributed significantly to the success of the market day activities. This study indicates that experiential learning through market day activities can create an active, enjoyable, and meaningful learning atmosphere for early childhood. Therefore, market day activities can be used as an innovative learning alternative in developing entrepreneurial character in early childhood education environments.

Keywords: Market Day, Entrepreneurship, Early Childhood, Character Education, Contextual Learning.

Accepted: July 03 2025	Reviewed: July 09 2026	Published: November 30 2026
---------------------------	---------------------------	--------------------------------

A. Pendahuluan

Perkembangan pendidikan anak usia dini saat ini tidak lagi hanya berorientasi pada kemampuan akademik dasar, tetapi juga diarahkan pada pembentukan karakter dan keterampilan hidup anak sejak dini (Irawati et al., 2023). Salah satu keterampilan yang mulai mendapat perhatian adalah nilai *entrepreneurship* atau kewirausahaan, seperti kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, keberanian berkomunikasi, dan kemampuan bekerja sama. Fenomena sosial menunjukkan bahwa banyak anak tumbuh dalam lingkungan yang cenderung konsumtif dan bergantung pada orang lain, sehingga kemampuan problem solving, kreativitas, dan inisiatif belum berkembang secara optimal (Listiana, 2021). Kondisi tersebut menjadi tantangan penting bagi lembaga PAUD untuk menghadirkan model pembelajaran yang mampu menanamkan nilai-nilai *entrepreneurship* secara konkret dan menyenangkan. Secara akademik, pendidikan *entrepreneurship* pada anak usia dini dipandang penting karena menjadi fondasi pembentukan karakter produktif dan mandiri sejak awal perkembangan anak. Sementara secara praktis, pembelajaran *entrepreneurship* dapat membantu anak mengenal konsep usaha,

tanggung jawab, interaksi sosial, dan kepercayaan diri melalui pengalaman belajar langsung dalam kehidupan sehari-hari (Dista & Mandira, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pentingnya pendidikan entrepreneurship pada anak usia dini melalui berbagai pendekatan pembelajaran. Penelitian yang dilakukan oleh (Hasanah, 2019) mengkaji upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan market day bagi anak usia dini. Selanjutnya (Munastiwi et al., 2020) meneliti strategi pengembangan nilai-nilai entrepreneurship pada anak usia dini, sedangkan (Ningsih et al., 2022) membahas implementasi nilai-nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day di TK IT Ar-Rahmah Kabupaten Bener Meriah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Igamo et al., 2023) mengenai upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui market day pada anak usia dini di Kota Palembang, serta (Nurliana et al., 2023) yang menyoroti penumbuhan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan *Market Kids*. Selain itu (Farichah & Abidin, 2023) meneliti penanaman jiwa entrepreneurship melalui market day di SD Islam Nurul Izzah Kota Malang, (Rukmana et al., 2023) mengkaji penanaman nilai-nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day, dan (Meilasari & Munastiwi, 2024) membahas penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kegiatan berbasis praktik, seperti simulasi jual beli dan market day, mampu membantu perkembangan kreativitas, komunikasi, kemandirian, serta interaksi sosial anak.

Meskipun demikian, beberapa penelitian terdahulu masih memiliki beberapa keterbatasan. Sebagian besar penelitian lebih banyak menitikberatkan pada hasil kegiatan market day dalam meningkatkan jiwa entrepreneurship anak, sedangkan proses implementasi kegiatan dalam menanamkan nilai-nilai entrepreneurship belum dikaji secara mendalam. Aspek internalisasi nilai seperti tanggung jawab, disiplin, kerja sama, kejujuran, dan keberanian berinteraksi masih belum dianalisis secara komprehensif dalam konteks pembelajaran di lembaga PAUD tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengkaji lebih mendalam implementasi kegiatan market day dalam menanamkan nilai entrepreneurship pada anak usia dini di KB Aisyiyah 42 sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai proses pembelajaran entrepreneurship pada anak usia dini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kegiatan market day dalam menanamkan nilai entrepreneurship pada anak usia dini di KB Aisyiyah 42. Penelitian ini difokuskan pada proses pelaksanaan kegiatan market day, bentuk nilai entrepreneurship yang ditanamkan kepada anak, serta strategi guru dalam membangun pengalaman belajar yang kontekstual dan menyenangkan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran kegiatan

market day sebagai media pembelajaran entrepreneurship pada anak usia dini, sehingga mampu memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi pengembangan pembelajaran PAUD berbasis karakter dan life skill.

Penelitian ini berangkat dari argumen bahwa kegiatan market day tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas bermain dan simulasi jual beli, tetapi juga menjadi sarana edukatif dalam membentuk nilai entrepreneurship pada anak usia dini. Melalui keterlibatan langsung dalam proses menyiapkan produk, berinteraksi dengan teman dan guru, melakukan transaksi sederhana, serta bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan, anak dapat belajar mengenai kemandirian, kreativitas, komunikasi, disiplin, dan kerja sama sosial. Dengan demikian, implementasi kegiatan market day diduga memiliki peran yang signifikan dalam proses internalisasi nilai entrepreneurship pada anak usia dini di lingkungan pembelajaran PAUD.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field study*). Lokasi penelitian ini dilaksanakan di KB Aisyiyah 42 yang menjadi salah satu lembaga pendidikan anak usia dini yang menerapkan kegiatan market day sebagai bagian dari proses pembelajaran. Subjek penelitian terdiri atas kepala sekolah, guru, serta anak-anak yang terlibat dalam kegiatan market day. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan pihak-pihak yang dianggap mengetahui dan terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan tersebut (Sugiyono, 2018).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses pelaksanaan market day, interaksi anak selama kegiatan berlangsung, serta bentuk nilai entrepreneurship yang tampak dalam aktivitas pembelajaran. Wawancara dilakukan kepada kepala sekolah dan guru untuk memperoleh informasi mengenai tujuan, strategi pelaksanaan, serta kendala dalam kegiatan market day. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa foto kegiatan, catatan pembelajaran, dan dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan market day di KB Aisyiyah 42 (Moleong, 2018).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami dan dianalisis. Tahap terakhir adalah

penarikan kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi data yang telah diperoleh di lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk menjaga keabsahan data. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari kepala sekolah, guru, dan hasil observasi lapangan. Sedangkan

C. Hasil dan Pembahasan

1. Implementasi Kegiatan Market Day di KB Aisyiyah 42

Kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42 dilaksanakan sebagai salah satu program pembelajaran yang bertujuan mengenalkan konsep *entrepreneurship* kepada anak usia dini melalui pengalaman belajar langsung. Program ini menjadi bagian dari pembelajaran kontekstual yang dirancang untuk membantu anak memahami nilai-nilai kewirausahaan melalui aktivitas sederhana yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dalam pelaksanaannya, anak-anak dilibatkan dalam berbagai aktivitas, mulai dari menyiapkan produk sederhana, menghias stan jualan, hingga melakukan simulasi transaksi jual beli bersama teman, guru, dan orang tua. Produk yang dijual umumnya berupa makanan ringan, minuman, maupun hasil karya sederhana anak yang disiapkan bersama guru dan orang tua di rumah. Kegiatan tersebut dikemas dalam suasana bermain yang menyenangkan sehingga anak dapat belajar tanpa merasa terbebani oleh proses pembelajaran formal. Pendekatan seperti ini menunjukkan bahwa pembelajaran pada anak usia dini perlu dilakukan melalui kegiatan konkret yang membuat anak terlibat secara aktif dalam proses belajar.

Pelaksanaan kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42 menunjukkan bahwa pembelajaran tidak hanya berorientasi pada aspek kognitif, tetapi juga diarahkan pada pembentukan karakter dan keterampilan sosial anak. Anak tidak hanya diperkenalkan pada konsep jual beli secara sederhana, tetapi juga belajar mengenai cara berkomunikasi, bekerja sama, bertanggung jawab, dan menghargai proses usaha. Salah satu guru menjelaskan bahwa:

"Kegiatan market day kami buat seperti permainan yang menyenangkan supaya anak-anak tidak merasa sedang belajar secara formal. Anak-anak belajar sambil praktik langsung bagaimana cara menjual, menawarkan barang, dan berinteraksi dengan pembeli." (Wawancara Guru KB Aisyiyah 42)

Kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa guru berupaya menciptakan suasana belajar yang menyenangkan agar anak dapat memahami konsep *entrepreneurship* secara alami melalui aktivitas bermain. Hal ini penting karena karakteristik anak usia dini cenderung lebih mudah belajar melalui pengalaman langsung dibandingkan pembelajaran yang bersifat teoritis. Melalui

kegiatan *market day*, anak memperoleh kesempatan untuk mengeksplorasi kemampuan dirinya dalam situasi nyata sehingga proses pembelajaran menjadi lebih bermakna. Pembelajaran berbasis pengalaman seperti ini juga mampu meningkatkan partisipasi aktif anak karena mereka terlibat langsung dalam seluruh rangkaian kegiatan (Utari, 2025).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42 menerapkan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman yang membuat anak belajar melalui praktik langsung. Dalam kegiatan tersebut, anak tidak hanya menerima penjelasan dari guru, tetapi juga mengalami secara langsung bagaimana proses menjual barang, melayani pembeli, hingga melakukan transaksi sederhana. Pengalaman tersebut membantu anak memahami konsep entrepreneurship dengan cara yang lebih mudah dan konkret. Anak terlihat antusias ketika menawarkan barang dagangan kepada teman maupun orang tua yang datang ke kegiatan *market day*. Mereka belajar menggunakan bahasa yang sopan, belajar menghitung uang sederhana, dan belajar menghadapi situasi sosial dengan rasa percaya diri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hasanah, 2019) yang menyatakan bahwa kegiatan *market day* dapat menjadi sarana efektif dalam menumbuhkan jiwa entrepreneurship pada anak usia dini karena anak memperoleh pengalaman nyata dalam proses jual beli. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pembelajaran entrepreneurship akan lebih mudah dipahami anak apabila dilakukan melalui kegiatan praktik secara langsung. Anak usia dini cenderung belajar melalui aktivitas konkret yang melibatkan indera, emosi, dan interaksi sosial sehingga kegiatan seperti *market day* menjadi media pembelajaran yang relevan bagi perkembangan anak.

Selain itu, penelitian (Igamo et al., 2023) juga menunjukkan bahwa *market day* mampu menciptakan suasana belajar yang aktif, menyenangkan, dan mendorong anak untuk lebih percaya diri dalam berinteraksi sosial. Temuan tersebut relevan dengan kondisi yang ditemukan di KB Aisyiyah 42, di mana anak-anak terlihat lebih berani berbicara dan berinteraksi selama kegiatan berlangsung. Anak yang biasanya malu untuk berbicara di depan teman-temannya mulai berani menawarkan barang dagangan kepada pembeli. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan *market day* tidak hanya berdampak pada pengembangan keterampilan entrepreneurship, tetapi juga membantu perkembangan sosial dan emosional anak usia dini.

Dengan demikian, kegiatan *market day* tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas bermain, tetapi juga menjadi media pembelajaran kontekstual yang

membantu anak memahami konsep kewirausahaan secara sederhana. Pembelajaran kontekstual membuat anak menghubungkan pengalaman belajar dengan kehidupan nyata sehingga pengetahuan yang diperoleh menjadi lebih mudah dipahami dan diingat. Dalam konteks ini, anak belajar bahwa kegiatan jual beli tidak sekadar transaksi ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan sikap disiplin, tanggung jawab, komunikasi, dan kerja sama. Nilai-nilai tersebut menjadi bagian penting dalam pembentukan karakter entrepreneurship sejak usia dini.

Pelaksanaan *market day* di KB Aisyiyah 42 dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, guru memberikan penjelasan kepada anak mengenai konsep jual beli, cara berinteraksi dengan pembeli, serta pentingnya sikap jujur dan ramah dalam berdagang. Guru menggunakan bahasa sederhana dan metode yang sesuai dengan perkembangan anak usia dini agar materi dapat dipahami dengan baik. Selain itu, guru juga memberikan contoh bagaimana cara menawarkan barang dagangan dan melayani pembeli dengan sopan. Tahap persiapan ini menjadi penting karena membantu anak memahami gambaran kegiatan yang akan dilakukan sehingga mereka lebih siap dan percaya diri saat kegiatan berlangsung (Munastiwi, 2019).

Pada tahap persiapan tersebut, guru juga melibatkan orang tua dalam membantu menyiapkan produk yang akan dijual anak. Orang tua diminta mendampingi anak dalam menyiapkan makanan ringan atau hasil karya sederhana yang nantinya dibawa ke sekolah untuk dijual saat kegiatan *market day*. Keterlibatan orang tua menunjukkan bahwa pendidikan entrepreneurship pada anak usia dini tidak hanya menjadi tanggung jawab sekolah, tetapi juga membutuhkan dukungan dari lingkungan keluarga. Kepala sekolah menyampaikan bahwa:

"Kami melibatkan orang tua agar anak lebih semangat mengikuti kegiatan. Selain itu, market day bukan hanya soal jual beli, tetapi bagaimana anak belajar percaya diri, disiplin, dan bertanggung jawab terhadap tugasnya."
(Wawancara Kepala Sekolah KB Aisyiyah 42)

Kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa kegiatan *market day* dipandang sebagai sarana pembentukan karakter anak, bukan sekadar kegiatan ekonomi sederhana. Anak dilatih untuk bertanggung jawab terhadap barang dagangan yang dibawa, menjaga kebersihan stan jualan, serta belajar mengikuti aturan selama kegiatan berlangsung. Melalui aktivitas tersebut, anak secara tidak langsung belajar mengenai pentingnya disiplin dan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.

Keterlibatan orang tua dalam kegiatan *market day* memperlihatkan adanya kolaborasi antara sekolah dan keluarga dalam proses pendidikan anak usia dini. Kolaborasi tersebut menjadi faktor penting dalam keberhasilan pembelajaran karena anak memperoleh dukungan yang konsisten baik di lingkungan sekolah maupun di rumah. Ketika orang tua terlibat dalam kegiatan pembelajaran, anak akan merasa lebih termotivasi dan percaya diri dalam mengikuti kegiatan yang diberikan sekolah (Fatmah et al., 2024). Selain itu, keterlibatan orang tua juga membantu memperkuat hubungan emosional antara anak dan keluarga melalui aktivitas belajar bersama.

Temuan ini relevan dengan penelitian (Meilasari & Munastiwi, 2024) yang menyebutkan bahwa keberhasilan penanaman nilai kewirausahaan pada anak usia dini dipengaruhi oleh dukungan lingkungan sekolah dan keluarga. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa anak akan lebih mudah memahami nilai entrepreneurship apabila memperoleh pembiasaan yang konsisten dari lingkungan sekitarnya. Dukungan guru dan orang tua menjadi faktor penting dalam membantu anak mengembangkan sikap mandiri, percaya diri, dan bertanggung jawab sejak usia dini.

Selain itu, penelitian (Nurliana et al., 2023) juga menegaskan bahwa kegiatan entrepreneurship pada anak usia dini akan lebih efektif apabila melibatkan partisipasi aktif orang tua dalam mendampingi proses pembelajaran anak. Partisipasi orang tua memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan sosial dan emosional anak karena anak merasa memperoleh perhatian dan dukungan dalam proses belajar. Dalam konteks kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42, keterlibatan orang tua terlihat tidak hanya pada tahap persiapan produk, tetapi juga ketika mendampingi dan memberikan motivasi kepada anak selama kegiatan berlangsung.

Melalui kegiatan *market day*, anak memperoleh pengalaman belajar yang tidak hanya bersifat akademik, tetapi juga berorientasi pada pengembangan karakter dan keterampilan hidup. Anak belajar memahami pentingnya usaha, kerja sama, komunikasi, dan tanggung jawab melalui pengalaman nyata yang mereka lakukan secara langsung. Pembelajaran seperti ini menjadi penting dalam pendidikan anak usia dini karena membantu membentuk dasar karakter positif yang dapat berkembang pada tahap pendidikan berikutnya. Oleh karena itu, kegiatan *market day* dapat menjadi salah satu alternatif pembelajaran inovatif yang efektif dalam menanamkan nilai entrepreneurship pada anak usia dini melalui pengalaman belajar yang aktif, menyenangkan, dan bermakna.

2. Penanaman Nilai Entrepreneurship pada Anak Usia Dini

Kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42 tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli, tetapi juga menjadi sarana penanaman berbagai nilai *entrepreneurship* pada anak usia dini. Kegiatan ini dirancang sebagai media pembelajaran yang memungkinkan anak memperoleh pengalaman langsung dalam memahami nilai-nilai kehidupan melalui aktivitas yang menyenangkan dan sesuai dengan tahap perkembangan mereka (Farichah et al., 2023). Dalam praktiknya, anak tidak hanya dikenalkan pada konsep sederhana mengenai transaksi jual beli, tetapi juga diarahkan untuk mengembangkan karakter positif seperti kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, kerja sama, disiplin, dan keberanian berkomunikasi. Nilai-nilai tersebut ditanamkan secara bertahap melalui keterlibatan aktif anak selama kegiatan berlangsung sehingga pembelajaran menjadi lebih bermakna dan mudah dipahami oleh anak usia dini (Listiana, 2021).

Salah satu nilai entrepreneurship yang tampak berkembang dalam kegiatan *market day* adalah kemandirian. Anak dilatih untuk bertanggung jawab terhadap barang dagangan yang dibawa, menata produk di meja jualan, serta melayani pembeli secara mandiri dengan arahan guru (Irawati et al., 2023). Dalam proses tersebut, anak belajar melakukan berbagai aktivitas sederhana tanpa terlalu bergantung pada bantuan orang lain. Mereka mulai belajar menyiapkan barang dagangan, menjaga produk yang dijual, serta memahami bagaimana cara menawarkan barang kepada pembeli dengan bahasa yang sopan dan ramah. Aktivitas tersebut membantu anak belajar mengambil keputusan sederhana dan melatih rasa percaya diri dalam melakukan interaksi sosial di lingkungan sekolah.

Kemandirian menjadi salah satu aspek penting dalam pendidikan anak usia dini karena berkaitan dengan kemampuan anak dalam mengelola dirinya sendiri dan menghadapi situasi sosial secara positif. Melalui kegiatan *market day*, anak memperoleh kesempatan untuk belajar mandiri melalui pengalaman nyata yang dilakukan secara langsung. Salah satu guru mengungkapkan bahwa:

"Anak-anak mulai berani menawarkan barang dagangannya sendiri. Biasanya ada yang malu berbicara, tetapi saat market day mereka belajar berbicara dengan teman dan orang tua yang datang membeli." (Wawancara Guru KB Aisyiyah 42)

Kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa kegiatan *market day* memberikan ruang bagi anak untuk melatih keberanian dalam berkomunikasi. Anak yang sebelumnya cenderung pasif dan malu berbicara mulai menunjukkan perubahan perilaku ketika terlibat dalam kegiatan jual beli. Mereka belajar menyapa pembeli, menawarkan produk, serta menjelaskan barang yang dijual dengan cara

sederhana sesuai kemampuan mereka. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman belajar yang bersifat langsung mampu membantu anak mengembangkan rasa percaya diri secara bertahap.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *market day* memberikan dampak positif terhadap perkembangan keberanian dan kemampuan komunikasi anak. Interaksi yang terjadi selama kegiatan berlangsung membuat anak terbiasa berhadapan dengan situasi sosial yang menuntut keberanian untuk berbicara dan berinteraksi dengan orang lain. Anak belajar bahwa komunikasi menjadi bagian penting dalam proses jual beli sehingga mereka terdorong untuk lebih aktif berbicara. Selain itu, suasana pembelajaran yang menyenangkan membuat anak merasa nyaman dan tidak takut melakukan kesalahan ketika berinteraksi dengan pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Farichah & Abidin, 2023) yang menjelaskan bahwa kegiatan *market day* mampu melatih rasa percaya diri dan kemampuan komunikasi anak melalui interaksi langsung dalam kegiatan jual beli. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas entrepreneurship pada anak usia dini tidak hanya berdampak pada aspek kognitif, tetapi juga berpengaruh terhadap perkembangan sosial dan emosional anak. Anak menjadi lebih berani tampil di depan orang lain serta lebih percaya diri dalam menyampaikan pendapat maupun keinginannya.

Penelitian (Rukmana et al., 2023) juga menemukan bahwa *market day* dapat membantu anak belajar mandiri, berani tampil, serta bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan selama kegiatan berlangsung. Temuan tersebut relevan dengan kondisi di KB Aisyiyah 42, di mana anak-anak mulai menunjukkan kemampuan untuk menyelesaikan tugas sederhana secara mandiri selama kegiatan berlangsung. Mereka belajar menjaga barang dagangan, melayani pembeli, dan mengikuti aturan kegiatan dengan penuh tanggung jawab. Proses tersebut memperlihatkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman mampu membantu anak mengembangkan karakter entrepreneurship secara lebih efektif dibandingkan pembelajaran yang hanya bersifat teoritis.

Selain kemandirian, nilai kreativitas juga terlihat dalam kegiatan *market day*. Anak diberikan kebebasan untuk menghias stan jualan dan memperkenalkan produk yang dijual dengan cara mereka sendiri. Guru memberikan stimulus berupa arahan sederhana, tetapi tetap memberi ruang kepada anak untuk berekspresi dan berinovasi (Rahma et al., 2025). Misalnya, anak diberi kesempatan memilih cara menyusun barang dagangan, menghias meja jualan menggunakan gambar atau warna yang menarik, serta menentukan cara menawarkan produk kepada pembeli.

Kebebasan tersebut membantu anak mengembangkan imajinasi dan kemampuan berpikir kreatif sesuai dengan karakteristik perkembangan anak usia dini.

Kreativitas merupakan salah satu nilai penting dalam entrepreneurship karena berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menciptakan ide baru dan menemukan cara yang menarik dalam menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam kegiatan *market day*, kreativitas anak terlihat ketika mereka mencoba menarik perhatian pembeli dengan cara-cara sederhana yang unik dan menyenangkan. Ada anak yang menawarkan dagangan dengan suara lantang, ada yang menggunakan kalimat lucu, dan ada pula yang menghias tempat jualannya agar terlihat menarik. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa anak memiliki kemampuan untuk mengekspresikan dirinya secara kreatif ketika diberikan ruang dan kesempatan yang mendukung.

Kondisi ini menunjukkan bahwa *market day* dapat menjadi media yang efektif dalam mengembangkan imajinasi dan kemampuan komunikasi anak sejak dini. Pembelajaran yang memberi kesempatan kepada anak untuk berekspresi secara langsung akan membantu perkembangan kreativitas mereka secara alami. Anak tidak hanya belajar mengikuti instruksi guru, tetapi juga belajar menemukan ide dan cara sendiri dalam menyelesaikan tugas yang diberikan. Situasi tersebut penting dalam pendidikan anak usia dini karena kreativitas menjadi salah satu fondasi penting dalam perkembangan kemampuan berpikir dan pemecahan masalah anak.

Temuan ini mendukung penelitian (Munastiwi et al., 2020) yang menyatakan bahwa strategi pengembangan nilai entrepreneurship pada anak usia dini dapat dilakukan melalui aktivitas kreatif dan pembelajaran berbasis praktik. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa anak usia dini lebih mudah memahami nilai entrepreneurship ketika mereka terlibat langsung dalam aktivitas yang memungkinkan mereka berpikir kreatif dan berinteraksi secara aktif dengan lingkungan sekitar. Dengan adanya kesempatan untuk berekspresi secara langsung, anak menjadi lebih aktif dan percaya diri dalam menyampaikan ide pada orang lain.

Selain nilai kemandirian dan kreativitas, nilai tanggung jawab dan kerja sama juga tampak selama kegiatan *market day* berlangsung. Anak belajar menjaga barang dagangan, mengikuti aturan kegiatan, serta bekerja sama dengan teman ketika melayani pembeli. Dalam beberapa situasi, anak saling membantu menata barang dagangan dan bergantian melayani pembeli yang datang ke stan jualan mereka. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa kegiatan *market day* juga membantu anak memahami pentingnya kerja sama dan kepedulian terhadap orang lain.

Nilai tanggung jawab dan kerja sama juga tampak selama kegiatan berlangsung. Anak juga belajar menyelesaikan tugas yang diberikan guru hingga

kegiatan selesai. Hal ini menjadi pengalaman penting bagi anak usia dini karena tanggung jawab tidak hanya diajarkan melalui nasihat verbal, tetapi juga melalui pembiasaan dalam aktivitas nyata (Prawinda et al., 2023). Melalui kegiatan seperti ini, anak mulai memahami bahwa setiap tugas memiliki konsekuensi yang perlu dijalankan dengan baik.

Dalam proses tersebut, guru berperan sebagai fasilitator yang memberikan pendampingan dan penguatan positif terhadap perilaku anak. Guru tidak hanya mengawasi jalannya kegiatan, tetapi juga memberikan motivasi dan arahan ketika anak mengalami kesulitan. Salah satu guru menjelaskan bahwa: Salah satu guru menjelaskan bahwa:

“Kami melihat anak-anak mulai belajar antre, bekerja sama, dan menjaga barang jualannya sendiri. Hal-hal kecil seperti itu sebenarnya bagian dari pembentukan karakter entrepreneurship.” (Wawancara Guru KB Aisyiyah 42)

Kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa pembentukan karakter entrepreneurship pada anak usia dini dilakukan melalui pembiasaan perilaku positif dalam aktivitas sehari-hari. Hal-hal sederhana seperti belajar antre, menjaga barang, dan bekerja sama ternyata memiliki kontribusi penting dalam membangun sikap disiplin dan tanggung jawab anak. Pembelajaran seperti ini menjadi lebih efektif karena anak mengalami secara langsung situasi yang menuntut mereka untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam tindakan nyata.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan (Ningsih et al., 2022) yang menjelaskan bahwa implementasi market day dapat menjadi sarana internalisasi nilai-nilai kewirausahaan seperti disiplin, tanggung jawab, kerja sama, dan kejujuran pada anak usia dini. Penelitian tersebut menegaskan bahwa penanaman nilai entrepreneurship akan lebih efektif apabila dilakukan melalui pengalaman langsung yang melibatkan partisipasi aktif anak. Dalam konteks ini, anak tidak hanya menerima penjelasan secara verbal, tetapi juga mengalami dan mempraktikkan nilai tersebut dalam situasi nyata selama kegiatan berlangsung.

Penanaman nilai entrepreneurship melalui pengalaman langsung dinilai lebih efektif karena anak usia dini berada pada tahap perkembangan yang lebih mudah memahami sesuatu melalui aktivitas konkret. Ketika anak terlibat langsung dalam kegiatan jual beli, mereka tidak hanya belajar mengenai konsep ekonomi sederhana, tetapi juga belajar mengenai nilai kehidupan seperti disiplin, tanggung jawab, kerja sama, dan keberanian berkomunikasi. Pengalaman tersebut akan membentuk kebiasaan positif yang dapat berkembang dalam kehidupan anak di masa mendatang.

Dengan demikian, *market day* memiliki kontribusi penting dalam pembentukan karakter entrepreneurship pada anak usia dini. Kegiatan ini tidak hanya menjadi media bermain dan belajar, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran karakter yang membantu anak mengembangkan berbagai keterampilan sosial dan emosional melalui pengalaman nyata. Melalui kegiatan *market day*, anak belajar menjadi pribadi yang lebih mandiri, kreatif, bertanggung jawab, dan percaya diri dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, kegiatan *market day* dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif pembelajaran inovatif dalam pendidikan anak usia dini yang berorientasi pada pengembangan karakter dan keterampilan hidup anak secara holistik.

3. Peran Guru dalam Pelaksanaan Market Day

Keberhasilan implementasi *market day* di KB Aisyiyah 42 tidak terlepas dari peran guru dalam merancang dan mengelola kegiatan pembelajaran. Dalam pendidikan anak usia dini, guru memiliki posisi yang sangat penting karena tidak hanya bertugas menyampaikan materi pembelajaran, tetapi juga membentuk karakter, membangun suasana belajar yang menyenangkan, serta memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi anak. Pada kegiatan *market day*, guru berperan sebagai pembimbing, fasilitator, sekaligus motivator yang membantu anak memahami proses kegiatan secara bertahap sesuai dengan tingkat perkembangan mereka. Guru tidak hanya mengatur jalannya kegiatan, tetapi juga memastikan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan anak mengandung nilai-nilai pembelajaran yang dapat mendukung perkembangan karakter entrepreneurship sejak dini.

Sebelum kegiatan *market day* dilaksanakan, guru terlebih dahulu memberikan pengenalan mengenai konsep sederhana entrepreneurship melalui cerita, diskusi ringan, dan simulasi jual beli di kelas. Pendekatan tersebut dilakukan agar anak memiliki gambaran awal mengenai aktivitas yang akan dilakukan selama *market day* berlangsung. Guru menjelaskan kepada anak tentang bagaimana cara menjual barang, menyapa pembeli, menawarkan produk dengan sopan, hingga pentingnya sikap jujur dalam berdagang. Penyampaian materi dilakukan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami anak usia dini sehingga anak dapat menerima informasi dengan nyaman dan menyenangkan.

Pengenalan awal yang dilakukan guru menunjukkan bahwa pembelajaran entrepreneurship pada anak usia dini tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan memerlukan proses pembiasaan yang bertahap. Anak usia dini masih berada pada tahap perkembangan konkret sehingga mereka lebih mudah memahami sesuatu melalui contoh langsung, cerita, maupun simulasi sederhana. Oleh karena itu, guru menggunakan metode yang interaktif agar anak tidak merasa

bosan selama proses pembelajaran berlangsung. Dalam beberapa kegiatan, guru juga menggunakan permainan dan percakapan ringan untuk membangun rasa ingin tahu anak terhadap kegiatan jual beli. Cara tersebut membantu anak lebih antusias dan percaya diri ketika mengikuti kegiatan *market day*.

Peran guru dalam tahap persiapan juga terlihat dari bagaimana guru merancang suasana pembelajaran yang menyenangkan dan tidak menekan anak. Guru memahami bahwa anak usia dini memiliki karakteristik yang aktif, mudah bosan, dan lebih tertarik pada kegiatan bermain (Li et al., 2024). Oleh karena itu, kegiatan *market day* dikemas dalam bentuk aktivitas bermain sambil belajar sehingga anak merasa nyaman dan senang selama kegiatan berlangsung. Guru memberikan kesempatan kepada anak untuk bertanya, mencoba, dan mengeksplorasi kemampuan mereka sendiri tanpa rasa takut melakukan kesalahan. Pendekatan seperti ini penting dalam membangun keberanian dan rasa percaya diri anak sejak dini (Al Uamiri, 2023).

Selain memberikan pengenalan konsep entrepreneurship, guru juga berperan dalam mempersiapkan teknis kegiatan *market day*. Guru membantu anak menentukan jenis produk yang akan dijual, mengatur tempat kegiatan, serta menyiapkan alat dan media pendukung pembelajaran. Dalam proses tersebut, guru berusaha melibatkan anak secara aktif agar mereka merasa memiliki tanggung jawab terhadap kegiatan yang dilakukan. Keterlibatan anak dalam tahap persiapan menjadi bagian penting dalam pembentukan karakter mandiri dan tanggung jawab karena anak belajar memahami bahwa setiap kegiatan perlu persiapan yang baik.

Selama kegiatan berlangsung, guru secara aktif mendampingi anak ketika melakukan transaksi dan berinteraksi dengan pembeli. Guru juga memberikan arahan mengenai pentingnya bersikap sopan, jujur, dan percaya diri saat melayani pembeli. Pendampingan tersebut menjadi penting karena anak usia dini masih membutuhkan bantuan dan penguatan dalam membangun kemampuan sosial maupun emosional. Pada saat kegiatan berlangsung, guru terlihat terus memberikan motivasi kepada anak agar berani berbicara dan berinteraksi dengan teman maupun orang tua yang datang membeli produk.

Kepala sekolah menyampaikan bahwa:

"Guru memiliki peran penting untuk mendampingi anak selama kegiatan berlangsung. Anak-anak usia dini masih perlu diarahkan supaya mereka memahami bagaimana bersikap ramah, jujur, dan percaya diri ketika berjualan." (Wawancara Kepala Sekolah KB Aisyiyah 42)

Kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa guru memiliki tanggung jawab besar dalam membentuk perilaku positif anak selama kegiatan *market day*

berlangsung. Anak usia dini masih memerlukan contoh nyata dan arahan secara langsung agar mereka memahami bagaimana cara bersikap yang baik dalam situasi sosial. Dalam konteks kegiatan *market day*, guru tidak hanya mengajarkan keterampilan jual beli, tetapi juga menanamkan nilai-nilai moral seperti kejujuran, kesopanan, disiplin, dan tanggung jawab.

Pendampingan guru selama kegiatan berlangsung juga membantu anak merasa lebih aman dan percaya diri dalam melakukan aktivitas. Ketika anak merasa kesulitan menawarkan barang dagangan atau berbicara dengan pembeli, guru memberikan bantuan dan dukungan secara perlahan tanpa mengambil alih peran anak. Guru memberikan kesempatan kepada anak untuk mencoba sendiri sehingga anak tetap memperoleh pengalaman belajar secara langsung. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa guru berperan sebagai fasilitator yang mendukung proses perkembangan anak, bukan sebagai pusat pembelajaran yang mendominasi.

Peran guru tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pembelajaran entrepreneurship pada anak usia dini sangat dipengaruhi oleh strategi pendampingan yang dilakukan guru. Guru tidak hanya bertugas menyampaikan materi pembelajaran, tetapi juga menciptakan lingkungan belajar yang mendukung perkembangan karakter dan keterampilan sosial anak. Suasana pembelajaran yang hangat, menyenangkan, dan penuh dukungan membuat anak lebih mudah berani mencoba hal-hal baru tanpa takut melakukan kesalahan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Munastiwi et al., 2020) yang menyatakan bahwa guru memiliki posisi sentral dalam membangun lingkungan belajar entrepreneurship yang kondusif bagi anak usia dini. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa guru berperan penting dalam mengembangkan kreativitas, keberanian, dan rasa percaya diri anak melalui kegiatan pembelajaran yang berbasis pengalaman. Guru tidak hanya menyampaikan materi pembelajaran, tetapi juga menjadi teladan dalam membentuk sikap positif anak selama kegiatan berlangsung.

Dalam kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42, guru juga berperan sebagai model perilaku bagi anak. Anak usia dini cenderung meniru perilaku orang dewasa yang ada di sekitarnya, termasuk guru. Oleh karena itu, guru berusaha menunjukkan sikap ramah, sopan, jujur, dan bertanggung jawab selama kegiatan berlangsung agar dapat dicontoh oleh anak. Ketika guru berbicara dengan lembut dan menghargai anak, anak juga belajar melakukan hal yang sama kepada teman maupun pembeli. Dengan demikian, proses pembelajaran entrepreneurship tidak hanya terjadi melalui instruksi verbal, tetapi juga melalui keteladanan yang diberikan guru dalam aktivitas sehari-hari.

Selain mendampingi anak selama kegiatan berlangsung, guru juga memberikan apresiasi kepada anak yang berani berkomunikasi dan menunjukkan sikap tanggung jawab selama kegiatan berlangsung. Bentuk apresiasi tersebut dilakukan melalui pujian, tepuk tangan, maupun ungkapan positif yang mampu meningkatkan rasa percaya diri anak. Apresiasi menjadi bagian penting dalam pembelajaran anak usia dini karena dapat membantu anak merasa dihargai dan termotivasi untuk mengembangkan kemampuan dirinya.

Dalam beberapa situasi, guru memberikan pujian kepada anak yang berani menawarkan barang dagangannya kepada pembeli atau mampu menjaga barang jualannya dengan baik. Bentuk penghargaan sederhana tersebut ternyata memberikan dampak positif terhadap perkembangan emosional anak. Anak menjadi lebih semangat mengikuti kegiatan dan lebih percaya diri dalam melakukan interaksi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan emosional dari guru memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan proses pembelajaran pada anak usia dini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran guru sangat menentukan keberhasilan penanaman nilai entrepreneurship melalui kegiatan *market day*. Guru tidak hanya bertugas mengatur jalannya kegiatan, tetapi juga menjadi teladan dalam membangun sikap positif kepada anak. Keberhasilan kegiatan *market day* bukan hanya diukur dari terlaksananya aktivitas jual beli, tetapi juga dari bagaimana anak mampu mengembangkan karakter positif melalui pengalaman belajar yang mereka lakukan secara langsung.

Dengan adanya pembelajaran yang interaktif dan menyenangkan, anak lebih mudah memahami nilai-nilai entrepreneurship melalui pengalaman nyata yang mereka lakukan secara langsung. Anak belajar mengenai pentingnya keberanian, tanggung jawab, kerja sama, komunikasi, dan kreativitas melalui aktivitas sederhana yang sesuai dengan dunia anak usia dini. Pembelajaran seperti ini menjadi lebih efektif karena anak tidak hanya mendengar penjelasan guru, tetapi juga mengalami sendiri proses belajar dalam kehidupan nyata.

Kegiatan *market day* juga menunjukkan bahwa pendidikan entrepreneurship pada anak usia dini dapat dilakukan melalui pendekatan yang menyenangkan tanpa menghilangkan esensi pembelajaran. Anak tetap dapat bermain sambil belajar sehingga proses pembentukan karakter berlangsung secara alami dan tidak memaksa. Dalam konteks pendidikan anak usia dini, pendekatan seperti ini sangat penting karena membantu anak mengembangkan potensi dirinya secara optimal sesuai tahap perkembangannya.

Oleh karena itu, kegiatan *market day* dapat menjadi alternatif pembelajaran yang efektif dalam mengembangkan karakter entrepreneurship pada anak usia dini di lingkungan PAUD. Melalui peran aktif guru sebagai pembimbing, fasilitator, motivator, dan teladan, kegiatan *market day* mampu menjadi media pembelajaran yang tidak hanya meningkatkan keterampilan sosial anak, tetapi juga membantu membentuk karakter positif yang akan berguna bagi kehidupan anak di masa mendatang. Dengan demikian, pembelajaran entrepreneurship melalui kegiatan *market day* dapat menjadi salah satu strategi inovatif dalam mendukung pengembangan karakter dan keterampilan hidup anak usia dini secara holistik.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa implementasi kegiatan *market day* di KB Aisyiyah 42 menjadi salah satu bentuk pembelajaran kontekstual yang efektif dalam menanamkan nilai entrepreneurship pada anak usia dini. Kegiatan *market day* dilaksanakan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi yang melibatkan guru, anak, serta orang tua dalam proses pembelajaran sehingga anak memperoleh pengalaman langsung dalam melakukan aktivitas jual beli sederhana. Melalui kegiatan tersebut, anak tidak hanya belajar mengenai konsep transaksi, tetapi juga mengalami proses pembentukan nilai entrepreneurship seperti kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, disiplin, kerja sama, serta keberanian berkomunikasi dan berinteraksi sosial. Peran guru sebagai fasilitator, pembimbing, dan motivator memiliki kontribusi penting dalam keberhasilan pelaksanaan *market day*, terutama dalam memberikan arahan, pendampingan, dan penguatan positif kepada anak selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, kegiatan *market day* tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas bermain, tetapi juga menjadi media pembelajaran entrepreneurship yang efektif dalam mendukung pembentukan karakter anak usia dini melalui pengalaman belajar yang aktif, menyenangkan, dan bermakna. Kegiatan *market day* dapat dijadikan sebagai alternatif pembelajaran inovatif di lembaga PAUD dalam mengembangkan nilai-nilai entrepreneurship sejak dini serta memperkuat pendidikan karakter anak melalui pembelajaran berbasis pengalaman langsung.

Daftar Rujukan

- Al Umairi, M. (2023). Development of Social Interaction and Behavior for Early Childhood Education in the Era Society (5.0). *JOYCED: Journal of Early Childhood Education*, 3(2), 167–176. <https://doi.org/10.14421/joyced.2023.32-08>
- Dista, F. N., & Mandira, G. (2025). Entrepreneurship For Kids Apa yang Dipelajari dalam Program Kewirausahaan Di Tingkat PAUD. *JIEEC (Journal of Islamic*

- Education for Early Childhood*), 7(1), 1.
<https://doi.org/10.30587/jieec.v7i1.8842>
- Farichah, Silmi; Abidin, M. (2023). Upaya Penanaman Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Di Sd Islam Nurul Izzah Kota Malang. *Manazhim: Jurnal Manajemen Dan Ilmu Pendidikan*, 5(2), 930–944. <https://doi.org/https://doi.org/10.36088/manazhim.v5i2.3619>
- Fatmah, R., Wahidah, S., Maulana, N., & Farida, Y. E. (2024). Peran Orang Tua Dalam Menjadi Madrasah Pertama Bagi Anak di Pabrik PWI. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(3), 18–23. <https://doi.org/10.56799/jim.v3i3.2775>
- Hasanah, U. (2019). Upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui kegiatan market day bagi anak usia dini. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–19.
- Igamo, Alghifari Mahdi; Azwardi; Yulianita, Anna; Sari, Dwi Darma Puspita; Marissa, F. (2023). Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini di Kota Palembang. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 336–340. <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i3.210>
- Irawati, L., Suryani, L., Luji, A., & Mulyanto, Y. (2023). Tinjauan Kritis Model Pembelajaran Montessori dalam Pengembangan Kemandirian Anak. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6), 4033–4038. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i6.1577>
- Li, H., He, H., Luo, W., & Li, H. (2024). Early Childhood Digital Pedagogy: A Scoping Review of Its Practices, Profiles, and Predictors. *Early Childhood Education Journal*, 54(1), 263–284. <https://doi.org/10.1007/s10643-024-01804-8>
- Listiana, Y. R. (2021). Dampak Globalisasi Terhadap Karakter Peserta Didik dan Kualitas Pendidikan di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1544–1550.
- Meilasari, Devi; Munastiwi, E. (2024). Penanaman Nilai Kewirausahaan Melalui Market Day Pada Anak Usia Dini. *AWLADY: Jurnal Pendidikan Anak*, 10(1), 13–22.
- Moleong J lexy. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Rosdakarya.
- Munastiwi, E. (2019). Peran Guru dalam Mengembangkan Kreativitas Anak Usia Dini di TK Islam Terpadu Salsabila Al-Muthi'in Yogyakarta. *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 4(2), 35–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jga.2019.42-04>
- Munastiwi, E., & Suhendro, E. (2020). Strategi Pengembangan Nilai-Nilai Entrepreneurship. *JECE: Journal of Early Childhood Education*, 2(2), 138–154. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/jece.v2i2.17390>
- Ningsih, I. F., Munastiwi, E., & Gusti, N. S. (2022). Implementasi Nilai – Nilai

- Kewirausahaan Melalui Market Day. *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/ra.v6i1.12480>
- Nurliana, L., Fajzrina, W., Ismaiyah, N., Loka, N., & Mujiati, T. (2023). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Anak Usia Dini melalui Event Market Kids. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(3), 3486–3497. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4638>
- Prawinda, R. A., Rahayu, Y. H., Shofwan, A. M., & Nindiya, D. C. (2023). Urgensi Pendidikan Karakter Bagi Anak Usia Dini. *Jurnal Bocil: Journal of Childhood Education, Development and Parenting*, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.28926/bocil.v1i1.733>
- Rahma, N. T. A., Lilawati, R. A., & Umairi, M. Al. (2025). *Peran Orang Tua dalam Menstimulasi Kreativitas Anak melalui Aktivitas Bermain*. 9(6), 3013–3021. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v9i6.7407>
- Rukmana, T., Munastiwi, E., Puspitaloka, V. A., & Mustika, N. (2023). Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 416–426. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.2781>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*. Alfabeta.
- Utari, S. M. D. (2025). Membangun Karakter Kerjasama Anak Usia Dini melalui Kegiatan Family Gathering. *JIEEC (Journal of Islamic Education for Early Childhood)*, 7(1), 51. <https://doi.org/10.30587/jieec.v7i1.9061>