

Membangun Jiwa *Entrepreneurship* dan Kreativitas di Sekolah Melalui Kegiatan *Market Day* Berorientasi Kearifan Lokal

Ni Wayan Risna Dewi^{1*}, Ni Luh Ika Windayani¹, Arifin²,
Bestari Laia³, I Made Sutajaya⁴

¹STAHN Mpu Kuturan Singaraja, Indonesia

²Universitas Muhammadiyah Kupang, Indonesia

³Universitas Nias Raya, Indonesia

⁴Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

*risnadewi@stahnmpukuturan.ac.id

Abstract

Education is not only a place to gain conceptual and theoretical knowledge. But more than that, education must be able to provide practical things to students as part of the learning experience at school. This research aims to explore entrepreneurship-oriented education at Taman Tirta School, Mengwi, Bali, which has given birth to a market day program oriented to local Balinese wisdom as an effort to develop students' entrepreneurial spirit, creativity and responsibility through real experience in producing, marketing and selling. product or service. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. Participants involved in this research included teachers, elementary and early childhood education students, education staff, and parents or guardians of students. Data collection methods used include interviews, observation and documentation. The data analysis technique in this research uses the Miles Huberman data analysis model with stages of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions or verification. The conclusion is that the implementation of the market day program as part of entrepreneurship-oriented education at Taman Tirta School, Mengwi, Bali, provides various benefits for students, teachers, parents and the school environment as a whole. Through participation in market days, students learn about the production, marketing and sales processes of products, and have the opportunity to experience first-hand entrepreneurship. Apart from that, this program also creates awareness of environmental cleanliness and enthusiasm for sharing profits with those in need through the love sharing program.

Keywords: *Interpreneurship; Creativity; Market Day; Local Wisdom*

Abstrak

Pendidikan tidak hanya menjadi tempat perolehan pengetahuan secara konsep dan teoritis. Namun lebih dari itu, pendidikan harus mampu memberikan hal-hal praktis kepada peserta didik sebagai bagian dari pengalaman belajar di sekolah. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi tentang pendidikan berorientasi kewirausahaan di Sekolah Taman Tirta, Mengwi, Bali, yang telah melahirkan program *market day* berorientasi kearifan lokal Bali sebagai upaya untuk mengembangkan jiwa *entrepreneurship*, kreativitas, dan tanggung jawab siswa melalui pengalaman nyata dalam memproduksi, memasarkan, dan menjual produk atau jasa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini meliputi guru, siswa SD dan PAUD, tenaga kependidikan, serta orang tua atau wali siswa. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles Huberman dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta

penarikan kesimpulan atau verifikasi. Simpulan bahwa Implementasi program *market day* sebagai bagian dari pendidikan berorientasi kewirausahaan di Sekolah Taman Tirta, Mengwi, Bali, memberikan berbagai manfaat bagi siswa, guru, orang tua, dan lingkungan sekolah secara keseluruhan. Melalui partisipasi dalam *market day*, siswa belajar tentang proses produksi, pemasaran, dan penjualan produk, serta memiliki kesempatan untuk merasakan langsung pengalaman berwirausaha. Selain itu, program ini juga menciptakan kesadaran akan kebersihan lingkungan dan semangat untuk berbagi keuntungan dengan mereka yang membutuhkan melalui program berbagi kasih.

Kata Kunci: Interpreneurship; Kreativitas; Market Day; Kearifan Lokal

Pendahuluan

Pendidikan perlu berperan aktif dalam menyiapkan individu yang memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan dalam era modern ini. Salah satu strategi untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan menerapkan pendidikan yang menekankan pada semangat kewirausahaan atau jiwa wirausaha. Ini berarti mengembangkan keterampilan dan nilai-nilai yang diperlukan untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan ide-ide baru serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan secara efektif. Dengan demikian, pendidikan tidak hanya menjadi sarana untuk memperoleh pengetahuan, tetapi juga menjadi wadah untuk membentuk mentalitas yang proaktif, inovatif, dan siap berkompetisi di pasar global yang semakin kompleks (Setiawati, 2022).

Kewirausahaan sering kali dipahami oleh banyak orang sebagai kesuksesan dalam mengelola bisnis di berbagai sektor, tetapi sebenarnya kewirausahaan adalah lebih dari sekadar menjadi pengusaha yang sukses secara finansial. Tentunya ini melibatkan sikap mental, semangat, nilai-nilai, dan keterampilan yang mendorong penciptaan hal-hal baru yang memiliki nilai dan manfaat yang signifikan. Seorang wirausaha tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga memiliki kemampuan untuk melihat peluang, menghadapi risiko, dan mengembangkan inovasi yang berdampak positif bagi masyarakat. Mereka memiliki dedikasi yang kuat untuk menciptakan solusi kreatif untuk masalah yang ada, serta memperjuangkan visi mereka dengan tekad yang tinggi. Dengan kata lain, kewirausahaan adalah tentang mengubah ide menjadi tindakan nyata yang menghasilkan nilai tambah bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan (Fithriyani, 2016).

Pada kurikulum pendidikan kewirausahaan, fokus utama tidak hanya terpaku pada transaksi jual-beli atau pencapaian keuntungan semata, melainkan juga menggarap aspek karakter dan semangat kewirausahaan yang menjadi landasan utama bagi setiap calon wirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti, Mulyadiprana dan Nugraha (2021) dengan judul Analisis Penanaman Nilai-Nilai Karakter Melalui Kegiatan Kewirausahaan "*Market Day*" di SD IT Abu Bakar Ash-Shiddiq. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai-nilai karakter yang peserta didik miliki berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan *market day* seperti jujur, disiplin, terampil, inovatif, bertanggung jawab dan berani. Pentingnya penanaman nilai-nilai ini sejak usia dini menjadi relevan, mengingat Indonesia memerlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dan mampu bersaing di tingkat global untuk mencapai cita-cita bangsa serta meningkatkan kualitas hidup individu. Pendidikan kewirausahaan bukan sekadar sebuah mata pelajaran tambahan, melainkan sebuah konsep integral yang memainkan peran krusial dalam membentuk mentalitas wirausaha yang proaktif dan inovatif (Setyowati et al., 2020).

Saat ini, situasi pendidikan di beberapa daerah menjadi perhatian serius. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar lembaga pendidikan hanya fokus pada

pengembangan aspek kognitif saja, yang mengakibatkan kurangnya perhatian terhadap pembangunan karakter, keterampilan, dan potensi anak-anak. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting karena pendidikan harus lebih dari sekadar mengembangkan kecerdasan kognitif, tetapi juga memperhatikan pengembangan karakter, keterampilan, dan kemampuan anak. Dalam konteks ini, ada kebutuhan untuk mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam pendidikan karakter, sehingga mereka dapat memiliki kesiapan yang lebih baik untuk menghadapi tantangan kehidupan di masa depan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghozali dan Apriyadayanti (2022) dengan judul *Market Day* sebagai Sarana Pembentukan Karakter Kewirausahaan pada Anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari program *market day* dapat menumbuhkan karakter wirausaha diantaranya ceria (menghadiri dan mengikuti kegiatan belajar), membiasakan pola hidup sehat, bekerjasama dengan orang tua, komunikasi yang baik, teliti, pantang menyerah, ulet dan selalu bersyukur (menyisihkan keuntungan untuk akhirat).

Memberikan pelatihan kewirausahaan kepada siswa melalui kegiatan produktif, menjadikan mereka dapat mengembangkan kemampuan yang efektif dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki peluang untuk memulai bisnis sejak dini. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan kewirausahaan menjadi aspek yang sangat penting dalam upaya mengurangi tingkat pengangguran di negara ini. Ketika siswa memiliki kemahiran dalam berwirausaha, mereka menjadi individu yang lebih mandiri dan memiliki tanggung jawab atas kehidupan pribadi serta kontribusi sosial mereka. Dengan demikian, pemberian pelatihan kewirausahaan kepada generasi muda tidak hanya akan memberikan mereka keahlian praktis, tetapi juga membantu membentuk karakter yang kuat dan tanggap terhadap kebutuhan masyarakat. Hal ini menegaskan urgensi implementasi pendidikan kewirausahaan di seluruh jenjang pendidikan, bahkan hingga pada tingkat Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Sekolah Dasar (SD), karena inilah tahapan awal yang strategis dalam membentuk karakter serta membuka wawasan anak-anak tentang berbagai potensi dan peluang di sekitarnya, sehingga mereka dapat menjadi agen perubahan yang berkontribusi positif bagi kemajuan bangsa.

Upaya membentuk individu menjadi insan *entrepreneur* yang unggul memerlukan waktu dan proses pendidikan yang terencana dengan baik, tidak dapat dicapai secara cepat atau instan. Pengembangan semangat kewirausahaan tidak bisa terjadi secara tiba-tiba, tetapi membutuhkan latihan dan pembentukan karakter sejak usia dini, dan pendidikan formal merupakan salah satu jalur yang efektif untuk mewujudkannya. Proses ini melibatkan pemberian pendidikan yang terstruktur dan berkelanjutan, di mana nilai-nilai serta keterampilan kewirausahaan diajarkan dan diterapkan secara bertahap, sehingga memungkinkan pertumbuhan yang berkelanjutan menuju menjadi individu yang mampu berinovasi dan beradaptasi dalam dunia bisnis yang terus berubah. (Pratitis, 2018).

Saat ini, banyak institusi pendidikan bersaing untuk meningkatkan inovasi dan keunggulan individual mereka, termasuk di antaranya adalah Sekolah Taman Tirta di Mengwi. Pendekatan kurikulum di Sekolah Taman Tirta memiliki perbedaan nyata dibandingkan dengan Sekolah Dasar (SD) dan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) lainnya, karena menyertakan pendidikan kewirausahaan sebagai komponen integral dari kurikulumnya. Inklusi ini menunjukkan upaya sekolah untuk memberikan pendidikan yang holistik, yang tidak hanya menekankan pada akademik tetapi juga mempersiapkan siswa untuk menjadi wirausahawan yang berkembang di masa depan.

Secara mendasar, pendidikan kewirausahaan bisa diintegrasikan secara holistik dengan kegiatan sekolah, salah satunya melalui pelaksanaan kegiatan berorientasi pasar atau *market day*. Menurut Windarsih (2019) *market day*, berasal dari istilah bahasa Inggris yang artinya hari pasar, adalah sebuah kegiatan yang diadakan oleh siswa di

lingkungan lembaga pendidikan. Dalam kegiatan ini, siswa melakukan simulasi penjualan atau berdagang selama satu hari pada puncak tema tertentu. Tujuan utama dari kegiatan *market day* adalah untuk mengajarkan dan melatih kreativitas serta menumbuhkan semangat kewirausahaan pada anak-anak melalui peran bermain di pasar-pasaran yang disimulasikan di lembaga pendidikan. Melalui *market day*, siswa dapat belajar tentang berbagai aspek bisnis seperti merancang produk, menetapkan harga, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola keuangan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengalaman langsung kepada siswa tentang bagaimana cara beradaptasi dengan pasar dan mencari peluang bisnis. Dengan demikian, *market day* tidak hanya sekadar sebuah acara sekolah, tetapi juga merupakan sarana efektif untuk membentuk keterampilan dan sikap kewirausahaan pada generasi muda. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lasmini dan Windarsih (2020) dengan judul Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini dalam Kecerdasan Intrapersonal melalui Kegiatan *Market Day*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kreativitas dan kecerdasan intrapersonal yang terdapat pada diri anak Ketika melakukan kegiatan *market day* diantaranya anak dapat berkreaitivitas, berinovasi, berani mengambil resiko, mandiri, dan tanggung jawab.

Menurut Sugianti et al (2020) Kegiatan *market day* di sekolah merupakan suatu bentuk pasar atau bazar yang diorganisir oleh siswa sebagai penjual dan melibatkan warga sekolah sebagai pembeli, dimana kegiatan ini merupakan praktik belajar yang berorientasi kewirausahaan. Melalui *market day*, siswa dapat secara langsung terlibat dalam praktik nyata menjalankan bisnis. Mereka memperoleh pengalaman praktis yang mendalam dalam dunia kewirausahaan, sesuai dengan pandangan Fathurrohman (2011) bahwa pembelajaran yang efektif harus menggabungkan aktivitas yang mendukung pengalaman belajar. Dengan demikian, *market day* memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengasah keterampilan kewirausahaan mereka dalam lingkungan yang nyata dan mendukung pengembangan pengetahuan mereka melalui pengalaman langsung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmana, dkk (2023) dengan judul penelitian Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan *Market Day*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *market day* dapat meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan diantaranya adalah kemandirian, kreatif pengambil resiko, kepemimpinan, dan berorientasi pada tindakan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kegiatan *market day* mampu dalam menumbuhkan sikap dan meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan anak di TK-AI-Kindi Preschool Kota Pangkal Pinang.

Market day di Sekolah Taman Tirta bukan hanya sebuah kesempatan untuk berpartisipasi dalam jual-beli biasa, melainkan juga menjadi sebuah *platform* yang efektif untuk mempromosikan, melestarikan, dan menghargai keberagaman dan kekayaan kearifan lokal Bali. Dalam konteks kewirausahaan, aspek budaya lokal Bali menjadi landasan yang kuat, mulai dari kekayaan kuliner tradisional, beragam tradisi, hingga produk lokal yang unik dan menarik. Para siswa tidak hanya belajar tentang berdagang, tetapi juga tentang bagaimana nilai-nilai budaya lokal dapat diintegrasikan dalam proses bisnis. Ini menciptakan pemahaman yang lebih dalam tentang warisan budaya Bali, serta memberikan kesempatan bagi siswa untuk menjadi agen perubahan dalam mempromosikan dan melestarikan kekayaan budaya yang ada. Dengan demikian, *market day* di Sekolah Taman Tirta tidak hanya menjadi sebuah acara sekolah, tetapi juga menjadi salah satu cara yang efektif untuk menjaga keberlanjutan dan relevansi kearifan lokal dalam konteks bisnis dan kewirausahaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena atau peristiwa secara rinci, mendalam, dan komprehensif. Metode ini fokus pada pemahaman makna, interpretasi, dan konteks dari data yang dikumpulkan, serta mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan pandangan subjektif peserta penelitian. Sumber data diperoleh dari guru/fasilitator, tenaga kependidikan, wali murid, dan siswa. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan semua subjek penelitian, sedangkan observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap kegiatan di Sekolah Taman Tirta, termasuk interaksi antara guru, siswa, dan tenaga kependidikan dalam pelaksanaan program *market day*. Teknik dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan data tambahan, seperti gambar, video, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian ini. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang strategi pembelajaran berorientasi kewirausahaan dan kreativitas di lingkungan pendidikan anak usia dini. Ketiga teknik tersebut digunakan dengan harapan saling melengkapi untuk memperoleh data yang diperlukan. Pengamatan dan wawancara akan menghasilkan sumber data primer, akan memberikan informasi pada peneliti tentang kegiatan *market day* dalam menumbuhkan nilai kewirausahaan anak usia dini. Sedangkan studi dokumentasi yang dikumpulkan dari data yang dipublikasikan seperti artikel cetak maupun online, jurnal-jurnal dan buku akan mendapatkan sumber data sekunder untuk memperkuat data primer. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles Huberman dengan tahapan yaitu; (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) penyajian data (4) penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Penerapan program *market day* di institusi pendidikan mencerminkan sebuah upaya untuk menggabungkan aspek pendidikan dan praktik bisnis di dalam lingkungan akademis. *Market day* menjadi salah satu kegiatan tahunan yang diadakan secara rutin oleh Sekolah Taman Tirta. Program ini selalu dinanti dengan antusias tidak hanya oleh siswa, tetapi juga oleh guru dan orang tua. Program *market day* memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan produk atau jasa yang mereka buat sendiri, mulai dari makanan, kerajinan tangan, hingga layanan kecil seperti bioskop mini. Selain menjadi *entrepreneur* untuk satu hari, siswa juga menggali konsep dasar dalam dunia bisnis seperti perencanaan, manajemen keuangan sederhana, strategi pemasaran, serta interaksi dengan pelanggan. Lebih dari sekadar kegiatan berdagang, acara ini juga memperkuat keterampilan sosial siswa seperti kemampuan komunikasi, negosiasi, dan kerjasama tim, yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari maupun di masa depan mereka. Dalam program *market day* di Sekolah Taman Tirta, anak-anak dari kelas empat hingga kelas enam diajak untuk berperan sebagai pengusaha. Mereka dibagi menjadi 10 kelompok, dengan setiap kelompok terdiri dari delapan hingga sepuluh siswa yang dipilih secara acak. Sementara itu, siswa dari kelas satu hingga kelas tiga serta anak-anak dari PAUD dan orang tua mereka berperan sebagai konsumen dalam program ini. Setiap kelompok diberikan bimbingan oleh satu guru pendamping yang bertanggung jawab membantu mereka dalam merencanakan, mengatur, dan menjalankan usaha mereka selama *market day* berlangsung. Dengan adanya bimbingan ini, diharapkan siswa dapat memperoleh pengalaman berharga dalam mengelola bisnis kecil mereka sendiri serta memperkuat keterampilan mereka dalam berkolaborasi dan berinteraksi dengan orang lain.

Proses awal dalam penyelenggaraan *market day* dimulai dengan distribusi modal yang disalurkan langsung oleh Kepala Sekolah melalui koperasi sekolah. Setelah mendapatkan modal, setiap kelompok kemudian merancang rencana bisnis mereka dalam bentuk *business plan* yang akan dipresentasikan di hadapan guru dan kepala sekolah. Presentasi ini bertujuan untuk menjelaskan rencana bisnis mereka serta strategi yang akan mereka terapkan untuk memasarkan produk mereka dengan efektif, memastikan penjualan yang baik, serta menghindari potensi kerugian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmana et al. (2023) yang menyatakan bahwa, seorang pengusaha harus siap untuk menerima segala resiko yang akan dihadapi. Mulai dari resiko kerugian uang, waktu dan tenaga. Tetapi dibalik banyaknya resiko tersebut, jika seorang pengusaha bisa menjalankannya dengan sesuai dan mempertimbangkan berbagai kepuasan dari konsumen hasilnya akan lebih baik dan bahkan tidak jarang banyak pengusaha yang berhasil dan bahkan mendapatkan keuntungan berkali-kali lipat. Melalui tahapan ini, diharapkan siswa dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang proses perencanaan bisnis dan pemasaran, serta memupuk keterampilan komunikasi dan presentasi yang penting dalam dunia bisnis. Kepala sekolah juga memberikan arahan kepada anak-anak agar mereka mengintegrasikan unsur-unsur budaya dan kearifan lokal Bali dalam produk atau jasa yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap produk atau jasa yang dihasilkan tidak hanya mempromosikan kegiatan ekonomi, tetapi juga menjadi wahana untuk memperkuat dan memperluas pemahaman serta apresiasi terhadap budaya dan tradisi Bali. Dengan cara ini, siswa tidak hanya belajar tentang bisnis, tetapi juga memahami pentingnya melestarikan dan menghargai warisan budaya mereka dalam konteks pembangunan ekonomi lokal.



Gambar 1. Perwakilan Kelompok Mempresentasikan *Business Plan*

Setelah usulan dari setiap kelompok disetujui oleh kepala sekolah, langkah selanjutnya adalah persiapan praktis untuk acara. Proses persiapan ini melibatkan berbagai kegiatan, mulai dari berbelanja bahan baku, memproduksi produk, mengemas barang dagangan, menyiapkan lapak jualan, hingga melakukan simulasi transaksi jual-beli. Setiap kelompok bekerja keras untuk memastikan bahwa mereka memiliki segala perlengkapan yang diperlukan dan mempersiapkan diri dengan baik untuk acara tersebut. Dalam proses ini, siswa belajar tentang manajemen waktu, kerja sama tim, kreativitas dalam merancang produk dan lapak berjualan serta keterampilan praktis seperti mengemas dan berinteraksi dengan pelanggan. Pada tahap persiapan ini tentunya siswa harus berkolaborasi dengan guru pembimbing, tenaga pendidik dan juga orang tua, karena kemampuan siswa masih terbatas. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Setiawati (2022) yang menyatakan bahwa kegiatan *market day* di sekolah harus mampu membangun kerjasama untuk meningkatkan pendidikan berbasis

kewirausahaan dan menerapkan strategi serta metode yang efektif agar dapat mempercepat proses pengembangan semangat kewirausahaan. Penerapan strategi ini tidak hanya ditujukan kepada siswa PAUD dan SD, tetapi juga kepada guru sebagai tenaga pendidik. Sinergi antara orangtua, guru, pegawai/staf, serta pengkondisian sekolah, baik dari segi fasilitas maupun kebijakannya, juga sangat penting dan harus selaras dengan tujuan akhir yang diharapkan, yaitu munculnya lulusan-lulusan dengan karakter kewirausahaan. Dengan persiapan yang matang ini, diharapkan mereka siap untuk menjalankan acara *market day* dengan lancar dan sukses.



Gambar 2. Masing-Masing Kelompok Menyiapkan Semua Kebutuhan

Agar informasi dapat tersebar luas kepada konsumen, pihak sekolah serta setiap kelompok siswa membuat brosur yang akan didistribusikan baik dalam bentuk cetak maupun disebarluaskan melalui media sosial sekolah. Brosur tersebut dirancang dengan cermat untuk menarik perhatian dan memberikan gambaran yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh setiap kelompok. Dengan adanya brosur ini, diharapkan konsumen dapat lebih memahami dan tertarik untuk datang ke acara *market day* dan membeli produk atau jasa dari siswa. Selain itu, penyebaran brosur melalui media sosial juga memungkinkan informasi tentang *market day* dapat dijangkau oleh lebih banyak orang, sehingga memperluas jangkauan promosi dan potensi pelanggan. Dengan pendekatan komunikasi ganda ini, diharapkan *market day* dapat menjadi acara yang lebih sukses dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi siswa dan sekolah.

Setelah dibuka secara resmi oleh kepala sekolah, *market day* dihadiri dengan antusiasme dari setiap kelompok siswa yang menawarkan produk yang telah mereka hasilkan. Dengan penuh semangat, mereka menerapkan strategi dan kiat khusus untuk menarik perhatian konsumen. Suasana di *market day* dipenuhi dengan kegembiraan dan keceriaan. Beberapa siswa bertugas menjajakan barang dagangan dengan ramah, sementara yang lain melayani pembelian dan menerima pembayaran dengan cekatan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmana, dkk (2023) yang menunjukkan hasil bahwa kegiatan *market day* dapat mengembangkan sikap kerja keras. Pelaku usaha sangat dianjurkan dalam bekerja keras, tak jarang kebanyakan pengusaha sukses pasti melewati tahapan kerja keras. Selain itu, sebagian besar siswa juga diberi uang jajan yang lebih besar dari biasanya pada hari itu, dengan harapan bahwa mereka akan berpartisipasi aktif dalam berbelanja produk atau jasa yang ditawarkan dalam program *market day*. Dengan berpartisipasi dalam transaksi, siswa tidak hanya belajar tentang bisnis, tetapi juga tentang tanggung jawab, kemandirian, dan kontribusi dalam mendukung kegiatan sekolah.



Gambar 4. Suasana Kegiatan *Market Day*

Dalam *market day* tersebut, terdapat tiga kategori utama yang dihasilkan, yaitu *stand* makanan, produk daur ulang dan kerajinan tangan, serta bioskop mini. Berbagai produk olahan makanan khas Bali tersedia, termasuk laklak, klepon, dadar gulung, pisang goreng, jagung rebus, jagung bakar, tipat sate, es lilin, es rujak, es daluman, dan masih banyak lagi. Selain itu, kerajinan tangan juga dipamerkan, termasuk wadah dari batok kelapa, *pemuspan* persembahyangan dari kertas koran, kotak tisu dari kardus, dan berbagai karya lainnya. Terakhir, di bioskop mini, ditampilkan tayangan berupa dongeng atau *satua* Bali untuk memberikan pengalaman budaya yang lebih dalam kepada pengunjung. Dengan variasi produk dan aktivitas yang ditawarkan, *market day* menjadi acara yang menarik dan edukatif bagi siswa serta masyarakat yang hadir.



Gambar 5. Stand Makanan, Produk Daur Ulang dan Kerajinan serta Bioskop Mini

Selain berkonsentrasi pada transaksi jual-beli, anak-anak juga diberi pemahaman tentang pentingnya pengelolaan sampah yang dihasilkan dari kegiatan *market day*. Pihak sekolah dan setiap kelompok siswa menyediakan fasilitas tempat pembuangan sampah yang terpisah untuk mengklasifikasikan sampah organik dan anorganik. Langkah ini tidak hanya memastikan kelancaran acara, tetapi juga mengajarkan siswa tentang tanggung jawab mereka terhadap lingkungan. Dengan demikian, kebersihan dan kelestarian lingkungan sekolah dapat dipertahankan, serta memberikan kesadaran kepada siswa untuk bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan dari kegiatan mereka.



Gambar 6. Edukasi Pengelolaan Sampah

Dalam waktu tiga jam, semua produk yang ditawarkan berhasil terjual habis. Ekspresi kebahagiaan dan kepuasan terpancar jelas dari setiap kelompok. Tak terkecuali dari para anak-anak serta orang tua yang menjadi konsumen, mereka terlihat sangat senang dapat menikmati beragam produk atau jasa yang ditawarkan. Keberhasilan ini tidak hanya mencerminkan prestasi dari setiap kelompok, tetapi juga memberikan kepuasan bagi semua pihak yang terlibat dalam acara tersebut. Sebagian dari keuntungan yang diperoleh oleh setiap kelompok dinikmati bersama dengan anggota kelompoknya sebagai penghargaan atas kerja keras mereka. Sementara itu, sebagian lainnya disumbangkan melalui program berbagi kasih yang menjadi kegiatan rutin di Sekolah Taman Tirta. Melalui program ini, siswa diajak untuk belajar tentang pentingnya berbagi dan memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan dalam komunitas. Dengan berbagi keuntungan, siswa tidak hanya memperoleh kepuasan atas prestasi mereka, tetapi juga memberikan dampak positif kepada orang-orang di sekitar mereka.

Pada kegiatan *market* ini semua *steakholted* memiliki peran penting dan terlibat langsung dalam mensukseskan kegiatan. Kepala sekolah memiliki peran penting dalam memberikan dukungan dan pengawasan terhadap pelaksanaan *market day*. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa kegiatan ini sesuai dengan visi dan misi sekolah, serta mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan dan kreativitas siswa. Para guru memiliki peran sebagai fasilitator dalam persiapan dan pelaksanaan *market day*. Mereka membimbing siswa dalam mempersiapkan produk atau layanan yang akan ditawarkan, memberikan pengetahuan tentang manajemen usaha, serta membantu dalam pengorganisasian acara. Tenaga kependidikan seperti staf administrasi sekolah dan petugas kebersihan juga dapat berperan dalam mendukung kelancaran pelaksanaan *market day*. Mereka dapat membantu dalam pengaturan logistik, kebersihan lingkungan, dan pengelolaan administrasi terkait kegiatan. Siswa merupakan pelaku utama dalam *market day*. Mereka bertanggung jawab untuk menyiapkan produk atau layanan yang akan dijual, berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang terkait dengan acara, serta belajar tentang manajemen bisnis dan kewirausahaan melalui pengalaman praktis. Orang

tua memiliki peran dalam memberikan dukungan moral dan praktis kepada anak-anak selama persiapan dan pelaksanaan *market day*. Mereka dapat membantu dalam pembuatan produk, memberikan ide atau saran, serta memberikan dukungan finansial jika diperlukan. Selain itu, kehadiran orang tua dalam acara *market day* juga dapat memberikan motivasi tambahan bagi siswa.

Setelah acara *market day* berakhir, siswa akan melakukan proses evaluasi dan refleksi terhadap pengalaman mereka selama acara tersebut. Melalui evaluasi ini, mereka belajar tentang pentingnya refleksi diri dan bagaimana pengalaman tersebut dapat membantu dalam pengembangan karakter dan keterampilan kewirausahaan mereka. Dengan merenungkan apa yang telah mereka lakukan dengan jujur, siswa dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, serta mengevaluasi strategi dan tindakan yang telah mereka lakukan. Proses refleksi ini membantu siswa untuk terus berkembang dan meningkatkan diri, serta menjadi lebih siap menghadapi tantangan di masa depan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *market day* di Sekolah Taman Tirta memiliki sejumlah keunggulan yang signifikan, seperti meningkatkan jiwa wirausaha dan kreativitas siswa, serta memberikan manfaat yang luas. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosidah (2023) yang menunjukkan hasil bahwa kegiatan *market day* dapat mengembangkan karakter siswa seperti kreatif, kepemimpinan, jujur, disiplin, bertanggungjawab, kerjasama, komunikatif, memiliki motivasi yang kuat, dan berorientasi pada aksi. Namun, seperti halnya program lainnya, ada juga kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satu kelemahan utamanya adalah terkait dengan faktor teknis dalam proses produksi yang mempengaruhi terutama siswa tingkat sekolah dasar yang mungkin belum memiliki kemampuan optimal untuk memproduksi produk secara mandiri. Mereka cenderung mengandalkan bantuan dari orang tua dan guru pendamping dalam proses produksi dan penjualan. Oleh karena itu, penting untuk terus mempertimbangkan cara untuk mengatasi hambatan teknis ini dan memastikan bahwa semua siswa dapat terlibat secara aktif dan merasakan manfaat dari program ini.

Faktor utama dalam keberhasilan manajemen sekolah dalam menerapkan strategi untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship di lingkungan sekolah adalah komitmen dan sinergi dari semua pihak terkait. Untuk mencapai hal ini, manajemen sekolah perlu mempersiapkan beberapa langkah yang matang, antara lain:

1. Membangun komunikasi dan kerjasama yang kuat dengan orang tua atau wali murid mengenai implementasi pendidikan berorientasi kewirausahaan di sekolah. Hal ini melibatkan pembagian informasi tentang tujuan dan manfaat dari pendekatan ini serta mengajak mereka untuk terlibat aktif dalam mendukung kegiatan yang terkait.
2. Melakukan komunikasi terbuka dan terus-menerus dengan setiap tenaga pendidik untuk memastikan bahwa materi pembelajaran disesuaikan dengan pendekatan kewirausahaan. Hal ini melibatkan penyusunan kurikulum dan materi pembelajaran yang relevan dengan keterampilan dan nilai-nilai kewirausahaan.
3. Membangun kesadaran dan komitmen dalam pegawai dan staf sekolah mengenai pentingnya pembentukan karakter siswa yang mencakup nilai-nilai kewirausahaan.
4. Memastikan bahwa seluruh komunitas sekolah, termasuk siswa, guru, dan staf, secara bersama-sama mendukung upaya penanaman jiwa kewirausahaan ini. Ini melibatkan pembangunan budaya sekolah yang mendorong kolaborasi, inovasi, dan keterlibatan aktif dalam kegiatan yang mendukung pengembangan kewirausahaan.

Dengan memperhatikan dan mengimplementasikan langkah-langkah ini secara menyeluruh, manajemen sekolah dapat memastikan bahwa program pengembangan kewirausahaan di sekolah menjadi sukses dan memberikan dampak yang positif bagi semua pihak yang terlibat.

Kesimpulan

Implementasi program *market day* sebagai bagian dari pendidikan berorientasi kewirausahaan di Sekolah Taman Tirta, Mengwi, Bali, memberikan berbagai manfaat bagi siswa, guru, orang tua, dan lingkungan sekolah secara keseluruhan. Program ini tidak hanya mengembangkan jiwa kewirausahaan dan kreativitas siswa, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai seperti tanggung jawab, kerjasama, dan keberanian dalam menghadapi tantangan bisnis serta memberikan ruang untuk menerapkan nilai-nilai tradisional dalam konteks bisnis dan pendidikan yang merupakan bagian integral dari budaya Bali. Melalui partisipasi dalam *market day*, siswa belajar tentang proses produksi, pemasaran, dan penjualan produk, serta memiliki kesempatan untuk merasakan langsung pengalaman berwirausaha. Selain itu, program ini juga menciptakan kesadaran akan kebersihan lingkungan dan semangat untuk berbagi keuntungan dengan mereka yang membutuhkan melalui program berbagi kasih. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai kearifan lokal Bali yang menekankan pentingnya menjaga harmoni antara manusia dan alam serta manusia dengan manusia. Namun, ada juga tantangan yang perlu diatasi, seperti ketergantungan siswa pada bantuan orang tua dan guru dalam proses teknis jual-beli. Saran yang dapat diajukan peneliti yaitu penting untuk mengurangi ketergantungan siswa pada bantuan orang tua dan guru dalam proses teknis jual-beli dengan mendorong kemandirian dan pemecahan masalah sendiri. Selanjutnya, diperlukan rencana keberlanjutan yang dapat memastikan kelangsungan program *market day* dari tahun ke tahun serta memperluas manfaatnya bagi siswa dan lingkungan sekolah. Dengan komitmen dan sinergi dari semua pihak terkait, seperti manajemen sekolah, guru, orang tua, dan siswa, serta kesadaran akan pentingnya pendekatan berorientasi kewirausahaan dalam pendidikan, program *market day* dapat menjadi salah satu upaya yang efektif dalam membentuk siswa menjadi individu yang berwawasan bisnis, kreatif, dan bertanggung jawab dalam lingkungan yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Adiningsih, Y. (2020). Kajian Layanan Arsip Statis bagi Pengguna Difabel : Studi Kasus Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah X. *Diplomatika Jurnal Kearsipan Terapan*, 3(1), 26.
- Arianto, H. (2023). Perlindungan Sosial Anak Telantar oleh Panti Asuhan Taman Harapan Muhammadiyah Kota Bandung.
- Asri Windarsih, C. (2020). Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Dalam Kecerdasan Intrapersonal Melalui Kegiatan *Market Day*. *Jurnal Ceria (Cerdas Energik Responsif Inovatif Adaptif)*, 3(5), 2714–4107.
- Ayuningtyas, C. E., & Hidayah, N. (2022). Pengembangan Panduan *Market Day* bagi Anak SD Sebagai Internalisasi Jiwa Kewirausahaan. *Journal of Food and Culinary*, 5(2), 66–75.
- Bili, K., Lasmawan, I., & Suastika, I. (2023). Implementasi Layanan Membaca Gratis Meningkatkan Kemampuan Membaca Anak. *Jurnal Pendidikan Dasar Flobamorata*, 4(1), 424–428.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Fathurrohman, I. (2011). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Guru dengan Siswa terhadap Perilaku Belajar Siswa dalam Mewujudkan Prestasi Belajar Siswa. *Khazanah Akademia*, 2(2), 13–21.
- Febriyanti, F., Mulyadiprana, A., & Nugraha, A. (2021). “*Market Day*” Di SD IT Abu Bakar Ash-Shiddiq. *Pedadidaktika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 8(1), 231–240.

- Fithriyani, R. (2016). Peningkatan Kewirausahaan melalui Pembelajaran dengan Menggunakan Media Budaya pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(22), 125–135.
- Habaib, N. (2023). Analisis Potensi Mahasiswa Untuk Mengembangkan Peran Sebagai Amil Zakat. *Jurnal Labatila*, 7(02), 137–148.
- Hasan, M., Arisah, N., Dinar, M., Rahmatullah, R., & Nurdiana, N. (2023). Model Experiential Learning untuk Mengembangkan Karakter Kewirausahaan Berbasis Budaya Lokal pada Anak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(2), 1333–1345.
- Huberman, M., & J, S. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Edition 3). Sage Publications.
- Hudiya, F. R., Wulandari, R., Lubis, H. S., Putri, A., Wahyuni, S., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2023). Mengenalkan Jiwa Kewirausahaan Kepada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day. *Journal of Educational Research and Humaniora (JERH)*, 1(4), 12–21.
- Isnaini, A. A. (2019). Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui Market Day Pada Anak Kelompok B. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(6), 561–568.
- Khamimah, W. (2021). The Role of Entrepreneurship in Promoting the Indonesian Economy. *Journal of Business Disruption*, 4(3), 2017.
- Kusuma, N., & Raharjo, S. (2016). Penanganan Masalah Pekerja Anak Melalui Pemberdayaan Organisasi Lokal “Forum Peduli Anak” Di Kelurahan Cibeureum Kota Cimahi. *Share Social Work Journal*, 6(1).
- Lestari, T., Su’ad, S., & Kusmanto, A. S. (2023). Pengembangan Bahan Ajar Budaya Lokal Untuk Anak Usia Dini Melalui Program Entrepreneurial Kids Makanan Khas Gresik. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 9(2), 1024–1033.
- Makhasi, G., & Sari, S. (2018). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *Ettisal Journal of Communication*, 2(2), 31.
- Meisitha, L., Pujiati, & Suroto. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program Market Day di Sekolah Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 18–24.
- Mila Vernia, D., Aries Suprpto, H., Sumadyo, B., Nurdin, N., & Widiyanto, S. (2023). Bagaimana Proses Belajar Berwirausaha dan Budaya pada Anak Usia Dini? *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. 7(6), 7992–7999.
- Muhammad Ghozali, & Rahayu Apridayanti. (2022). Market Day Sebagai Sarana Pembentukan Karakter Kewirausahaan Pada Anak. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 1(2), 90–98.
- Nugrahani, R., Munastiwi, E., & Suhendro, E. (2021). Strategi Pengembangan Nilai-Nilai Entrepreneurship Pada Anak Usia Dini. *Journal of Early Childhood Education (JECE)*, 2(2), 138–154.
- Nugroho, A. J. S. (2022). Pelatihan Jiwa Wirausaha Bagi Anak Usia Dini dan Pembelajaran Pembiasaan Hidup Sehat Era Pandemi Covid-19 di TK-IT dan SD-IT Al -Hasna Klaten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat – PIMAS*. 1(2), 89–95.
- Nurhafizah, N. (2018). Bimbingan Awal Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*. 6(3), 205–210.
- Pratitis, M. L. (2018). Implementasi Program Market Day Sebagai Sarana Mengembangkan Karakter Kewirausahaan Siswa SDIT Alam Nurul Islam. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. 7(25), 24459–24457.
- Purwaningsih, D., & Al Muin, N. (2021). Mengenalkan Jiwa Wirausaha Pada Anak Sejak Dini Melalui Pendidikan Informal. *Jurnal USAHA*, 2(1), 34–42.

- Reski, N., Taufik, & Ifdil. (2020). Konsep Diri dan Kedisiplinan Belajar Siswa. *Jurnal Educatio: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 3(2), 85–91.
- Rosidah, L., & Surya Aprilyanti, D. (2023). Mewujudkan PAUD Berbasis Entrepreneurship melalui Kearifan Lokal. *Murhum: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 119–128.
- Rukmana, T., Munastiwi, E., Puspitaloka, V. A., Mustika, N., & Khoirunni'mah, K. (2023). Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 416–426.
- Saraswati, F. (2023). Manajemen Hypervolemia untuk Mencapai Adekuasi Hemodialisis Pada Pasien CKD dengan Nefrolithiasis di RSUD Dr.Wahidin Sudiro Husodo. *Ezra Science Bulletin*, 1(2A), 63–74.
- Setiawati, N. A., N, F. S., & Z, R. (2022). Application Of The Market Day Based Entrepreneurship Learning Model In Building Generation Entrepreneurs. *Journal of Education and Teaching Learning (JETL)*. 4(1), 38–48.
- Setyowati, S., Maulidiyah, E. C., Khotimah, N., & Surabaya, U. N. (2020). Pengembangan Potensi Lembaga. *JP2KG AUD: Jurnal Pendidikan, Pengasuhan, Kesehatan Dan Gizi Anak Usia Dini*. 1(1), 1–16.
- Siwiyanti, L. (2017). Embedding the Entrepreneurship Values through Market Day Activity. *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*. 1(1), 83–89.
- Van Auken, H. (2013). Influence of A Culture-Based Entrepreneurship Program on Student Interest in Business Ownership. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 261–272.
- Wahyuni, R. S., Juniarti, A., Hidayah, L. N. & Kawoco, N.S. (2022). Pengaruh Kegiatan Market Day Sejak Dini Terhadap Minat Entrepreneur di Sekolah Dasar Islam Terpadu Cendekia Taka. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1 (1), 15–18.
- Wijaya, S. (2019). Indonesian Food Culture Mapping: a Starter Contribution to Promote Indonesian Culinary Tourism. *Journal of Ethnic Foods*. 6(1), 1–10.
- Windarsih, C. A. (2019). An Implementation of Participative Iqro Method in the Oriented Of Al-Quran Education Center On The Purpose Of Learning Goal and Objectives for Early Children. *Empowerment: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*. 8(1), 25–29.
- Zulkarnain, Z., & Akbar, E. (2018). Implementasi Market Day dalam Mengembangkan Entrepreneurship Anak Usia Dini di TKIT An-Najah Kabupaten Aceh Tengah. *JPUD-Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 12(2), 391–400.