

Penanaman Nilai-Nilai Kewirausahaan Berbasis *Market Day* pada Peserta Didik Pendidikan Dasar

Sarinikmah^{1*}, Muhammad Rakib², Nurdin¹

^{1,3} Sekolah pascasarjana Universitas Patempo

² Universitas Negeri Makassar

Corresponding Author's e-mail : sarinikmahspd@gmail.com*

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 2, No. 3 March 2024

Page: 179-194

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v2i3.1243>

Article History:

Received: February, 12 2023

Revised: March, 05 2024

Accepted: March, 10 2024

Abstract : *This study aim to find out: (1) The application of market day-based learning in stilling entrepreneurial values in sixth grade studenttought market daybased activities. This research a qualitative research with a descriptive approach. The subjects in this study were students of class VI at UPT SPF SD Negeri Komplek IKIP I Makassar. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Data analisys techniques include data reduktion, data presentation, and conclustion/verification data validity, technique through source triangulation. The result of the study show that (1) The application odf market day-based learning in instillingentreprenuerial values in class VI UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar is carried out by interating entreprenuerial values in the learning curricullum in the form of entreprenuerial themes and their applicatin in the form of learning materials as well as a market day-based kearning model which includes several stages, namely planning, promtion, marketing/sales, reporting/profit sharing by involving the role of teacher, students, paents, all scholl members as buyer, (2) values entrepreneurship that can be instilling in class VI students at UPT SPF SD Negei Kompleks IKIP I throught market day-based activities such asa creatifity, self-confidence, honesty, leadership, reponsibility, and comunication.*

Keywords : *Application, Entrepreneurial, Market Day, Students, Value.*

Abstrak : Tujuan penelitian: (1) untuk mengetahui penerapan pembelajaran berbasis market day dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik kelas enam pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar, dan (2) mengetahui nilai-nilai kewirausahaan yang ditanamkan terhadap peserta didik kelas VI melalui kegiatan berbasis market day. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi, teknik keabsahan data melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Penerapan pembelajaran berbasis market day dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik kelas VI UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar dilakukan dengan mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan dalam kurikulum pembelajaran berupa tema wirausaha dan penerapannya dalam bentuk materi

pembelajaran serta model pembelajaran yang berbasis market day yang meliputi beberapa tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap promosi, tahap produksi, pemasaran/penjualan, pelaporan atau bagi hasil dengan melibatkan peran guru, peserta didik, orang tua, serta seluruh warga sekolah sebagai pembeli, (2) nilai-nilai kewirausahaan yang dapat ditanamkan terhadap peserta didik kelas VI pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I melalui kegiatan berbasis market day seperti, kreativitas, rasa percaya diri, jujur, kepemimpinan, dan kerja sama.

Kata Kunci : *Market Day*, Nilai-Nilai Kewirausahaan, Penerapan, Peserta Didik.

PENDAHULUAN

Kompetensi kewirausahaan harus dimiliki oleh peserta didik, khususnya bagi peserta didik yang tidak melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, sehingga mempunyai skill dalam melanjutkan kehidupan ke depan. Kegiatan yang dapat dilakukan oleh sekolah dalam pengimplementasian nilai-nilai kewirausahaan melalui kegiatan ekstrakurikuler, pengembangan diri, atau diintegrasikan dalam materi pelajaran yang relevan terhadap muatan muatan pelajaran tertentu.

Oleh karena itu, peran lembaga pendidikan, khususnya sekolah dasar merupakan pintu pertama wajib belajar yang dapat mendorong tumbuhnya jiwa, karakter, dan atau perilaku kewirausahaan secara dini. Meskipun, pada jenjang sekolah dasar tidak terdapat muatan pelajaran kewirausahaan sebagai salah satu muatan pelajaran tersendiri, namun jika dikaitkan dengan kebutuhan, harapan, dan regulasi pemerintah terhadap tumbuhnya jiwa kewirausahaan melalui pendidikan, maka sebaiknya perlu mendapatkan perhatian. Namun, sejak pandemic covid-19 yang merebak di seluruh dunia termasuk Indonesia menyebabkan nilai-nilai dan atau perilaku kewirausahaan tidak berkembang dengan baik. Kondisi tersebut juga terjadi pada peserta didik yang terdapat di sekolah dasar negeri Kompleks IKIP I Makassar terkait nilai-nilai, karakter dan atau perilaku kewirausahaan belum berkembang secara maksimal sehingga diperlukan suatu teknik atau cara untuk mengembangkan nilai-nilai, karakter, dan atau perilaku kewirausahaan.

Usman, dkk, 2010: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 17(1), 2022 9-10) dalam Diana Pramesti dan Adevia Indah Kusuma, mengemukakan bahwa terdapat 17 nilai pendidikan kewirausahaan yang perlu ditanamkan sejak dini kepada peserta didik. Nilai tersebut yaitu berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, kepemimpinan, inovatif, kerja sama, pantang menyerah, komitmen, realistis, komunikatif, dan motivasi kuat untuk meraih sukses. Terdapat enam diantaranya yang termasuk nilai kewirausahaan dasar yaitu mandiri, kreatif, kerja keras, berorientasi pada tindakan, berani mengambil resiko, dan kepemimpinan yang menjadi standar pencapaian pembelajaran di sekolah pada tiap jenjangnya. Karakter yang dimiliki oleh seorang wirausaha dapat dipercaya sebagai salah satu solusi bagi bangsa Indonesia khususnya dalam menciptakan sumber daya manusia yang memiliki sikap wirausaha yang tidak hanya memperkenalkan peserta didik pada dunia usaha namun dapat mengimplementasikan nilai karakter kewirausahaan pada kehidupannya.

Menurut Dewi, Yani dan Suhardini, 2015 : 399, bahwa pendidikan karakter dan nilai kewirausahaan yang diimplementasikan pada tingkat satuan sekolah dasar (SD) merupakan bekal penting yang harus dimiliki oleh setiap generasi muda penerus bangsa. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan mampu bertahan dari berbagai tantangan di era globalisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Sriwiyanti dan Uswatun, 2016: 68, menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu bidang pendidikan yang menitikberatkan pada pembentukan karakter manusia, khususnya pendidikan karakter di sekolah dasar dapat membangun karakter berdasarkan prinsip-prinsip pendidikan, nilai-nilai kehidupan yang berlandaskan dengan pengembangan budi pekerti luhur menjadi *core*

value dalam pendidikan karakter. Heilbrunn, 2010:174, menyatakan bahwa pendidikan karakter dan kewirausahaan yang diimplementasikan di sekolah dasar bertujuan untuk mengembangkan sikap positif dan mendapatkan pengetahuan dasar tentang menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan di masa depan

Menurut Suryana (2005) terdapat beberapa nilai hakiki dari kewirausahaan, yaitu: 1. Percaya diri, Kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Kepercayaan diri memiliki keyakinan akan kemampuan untuk mencapai keberhasilan, (Zimmere, 1996); 2. Berorientasi pada tugas dan hasil, seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah seseorang yang memiliki motivasi untuk berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan berinisiatif; 3. Berani mengambil resiko, seseorang yang tidak mau mengambil resiko akan sukar dalam memulai usaha atau berinisiatif; 4. Kepemimpinan, seorang wirausaha yang berhasil memiliki kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan. Selalu menjadi tampil beda, menjadi yang pertama, dan lebih menonjol; 5. Berorientasi ke masa depan, orang yang berorientasi ke masa depan adalah seseorang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan, selalu mencari peluang, dan tidak cepat puas dengan keberhasilan yang telah dicapai; 5. Keorisinilan kreativitas dan inovasi, Nilai kreatif inovatif dan fleksibel merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik. (Yuyun Wirasmita, 1994: 7). Ciri-ciri seseorang yang kreatif inovatif adalah tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun telah cukup baik, selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya, selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan. Kreatifitas adalah kemampuan untuk melakukan pemikiran yang berbeda sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk melakukan tindakan yang baru dan berbeda. Ciri-ciri kepribadian kreatif terletak pada keterbukaan, kreatifitas, kepercayaan diri, kecakapan, kepuasan, rasa tanggung jawab dan penuh daya imajinasi. Menurut Rohmat (2016), Nilai-nilai kewirausahaan mencakup 10 unsur diantaranya: (1) Komitmen. Komitmen diri dalam arti lain memiliki keinginan, minat, kemauan, dan motivasi untuk berwirausaha; (2) Percaya diri. Percaya diri bagi seorang wirausaha merupakan sebuah daya yang mampu memberikan dukungan kemantapan dalam mengambil keputusan; (3) Kerja sama. Dasar dari wirausaha berkembang dan sukses bertumpu pada suatu keterampilan kerja sama yang baik; (4) Teliti. Dalam melakukan usaha memerlukan tindakan cermat, teliti untuk hasil yang baik; (5) Kreatif. Seorang wirausahawan membutuhkan kreatifitas mengenai pola pikir yang baru; (6) Tantangan. Tantangan bukan dipandang sebagai hambatan melainkan sebagai motivasi; (7) Perhitungan. Usahawan perlu melakukan perhitungan matang agar terhindar dari kerugian; (8) Komunikasi. Dalam komunikasi harus ramah, supel, tidak kaku; (9) Daya Saing. Siap menghadapi persaingan baik pada kondisi apapun; (10) Berubah. Maksud berubah adalah mampu berinovasi.

Menurut Alifuddin (2015), Ada beberapa pelajaran yang dapat dipetik sebagai modal karakter wirausaha, melalui analisis biografi Chairul Tanjung, yakni: (1) Kreatif dan inisiatif yang dimiliki oleh calon wirausaha tidak sekadar menjadi follower tetapi menjadi pionir berbekal kreatifitas dan inisiatif. (2) Kerja keras dengan berusaha sungguh-sungguh dalam setiap pekerjaan, (3) Berani mengambil resiko untuk mengembangkan. Kuratko (2003), mengemukakan bahwa jiwa kewirausahaan merupakan kepribadian yang terinternalisasi melalui nilai-nilai kewirausahaan bagi orang yang melakukan usaha berupa tindakan kreatif sebagai nilai gemar berusaha, tegar dalam berbagai tantangan, percaya diri, memiliki *self determination*, atau *locus control*, kemampuan mengolah resiko, perubahan dipandang sebagai peluang, toleransi terhadap banyaknya pilihan, inisiatif dan memiliki kebutuhan untuk berprestasi, keyakinan bahwa seseorang memiliki kesempurnaan, berpandangan luas, menganggap waktu sangat berharga, motivasi yang kuat, dan karakter itu diyakini sebagai nilai-nilai yang benar. Perilaku kewirausahaan ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dan mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif (Hartati: 2008). Selain itu, Nasution (2007), mengemukakan bahwa Faktor yang mempengaruhi jiwa kewirausahaan seseorang adalah: percaya diri, optimism, disiplin, komitmen, berinisiatif, motivasi, memiliki jiwa kepemimpinan, suka tantangan, memiliki tanggung jawab, dan *human relationship*.

Sependapat dengan hal tersebut, Suryana (2006) mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses dengan memiliki nilai, sikap, dan perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri: penuh percaya diri yang indikatornya adalah optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energy, cekatan dalam bertindak, dan aktif; memiliki motif berprestasi, indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan.

Jadi, nilai-nilai kewirausahaan yang dapat ditransformasikan kepada peserta didik adalah: 1) percaya pada diri sendiri, 2) berorientasi pada tugas dan hasil, 3) berani mengambil resiko, 4) bertanggung jawab, jujur; 6) kerja keras; 7) dapat menjadi pemimpin; 8) berorientasi ke masa depan; 9) keorisinilan.

Geoffery G. Meredith (1996) dalam Suryana (2013), mengemukakan enam ciri dan watak kewirausahaan, yaitu; 1) Karakteristik, Percaya Diri dan Optimis. Watak, Memiliki kepercayaan diri yang kuat, tidakbergantungan kepada orang lain, dan individualis. 2) Karakteristik, Berorientasi pada tugas dan hasil. Watak, Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energic, tekun, dan tabah, bertekad keras, serta inisiatif. 3) Karakteristik, berani mengambil resiko dan menuai tantangan. Watak, mampu mengambil resiko yang wajar. 4) Karakteristik, kepemimpinan. Watak, berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, terbuka terhadap saran dan kritik. 5) Karakteristik, keorisinalitasan. Orisinal (asli atau tulin). Watak yang harus dimiliki adalah inovatif, kreatif, fleksibel, dan punya jaringan bisnis yang luas. Orisinal berarti wirausaha berani menekuni atau menjalani bidang baru, sekaligus mampu mengembangkannya sebaik mungkin. 6) Karakteristik, berorientasi ke masa depan. Watak Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

Market Day berasal dari bahasa Inggris yang secara harfiah artinya adalah pasar. Kegiatan ini merupakan salah satu inovasi dalam membangun keterampilan berwirausaha peserta didik yang dilatih dan ditanamkan sejak dini untuk melatih nilai-nilai, sikap, dan karakter kewirausahaan.

Mashud (2015: 504) menyatakan bahwa *market day* merupakan salah satu aplikasi pendidikan terintegrasi pendidikan kewirausahaan yang melibatkan semua peserta didik dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Kegiatan produksi adalah kegiatan memberikan tanggung jawab kepada siswa berdasarkan kelas secara bergantian untuk membuat produk yang memiliki nilai jual dan bermanfaat bagi seluruh civitas akademik sekolah. Selanjutnya siswa menjual produknya (distribusi), sedangkan siswa yang lain termasuk warga sekolah yang lain seperti kepala sekolah, guru, tata usaha bertanggung jawab sebagai konsumen (pembeli). Kegiatan *market day* bisa dilakukan secara mandiri (memproduksi barang sendiri) atau secara kelompok atau klasikal sesuai minat siswa dan produk yang akan dijual.

Siwiyanti dan Latifah (2017), mengemukakan bahwa *market day* adalah kegiatan belajar entrepreneur, yang mana anak-anak dibimbing cara mempromosikan suatu produk pada temannya, pendidik, maupun orang luar. Aktivitas tersebut umumnya dilakukan bazar atau pasar yang dilaksanakan di sekolahnya untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dirinya, meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan membentuk kecerdasan berbisnis anak. *Market day* adalah sebuah waktu yang mana peserta didik dengan bergiliran dalam berniaga di sekolahnya, baik dalam berjualan konsumsi pangan maupun produk lainnya, sehingga terjalin interaksi langsung dengan orang lain seperti orang tua, guru, dan peserta didik lainnya.

Jadi, *market day* adalah sebuah kegiatan untuk memasarkan atau menjajakan barang dagangan pada hari-hari tertentu yang melibatkan peserta didik dan warga sekolah lainnya dan dilaksanakan di sekitar wilayah sekolah. Kegiatan *market day* merupakan salah satu model pembelajaran berbasis projek yang melibatkan peserta didik untuk menumbuhkan pengetahuan dan keterampilan di bidang kewirausahaan, beradu gagasan, inovasi, dan kreatifitas dalam menghasilkan produk yang diminati dan menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan prosentasi ketercapaian nilai-nilai kewirausahaan siswa kelas VI UPT SPF SDN Kompleks IKIP I Makassar dalam dua tahun terakhir pada muatan pelajaran Bahasa Indonesia materi membuat iklan, dapat dijabarkan sebagai berikut; Data Sikap dan Karakter Peserta Didik

Kelas VI, Tahun Pelajaran 2021/2022, Nilai-Nilai Kewirausahaan; Kreatif 78%, Percaya Diri 80%, Jujur 80%

Berdasarkan data tersebut bahwa nilai-nilai kewirausahaan peserta didik kelas VI.A, menunjukkan nilai rata-rata 80 % ke bawah, hal ini berdasarkan pengamatan pada saat pembelajaran, peserta didik cenderung hanya mengerjakan tugas latihan yang terdapat dalam buku tema, tanpa upaya pemanfaatan sumber belajar yang terdapat di lingkungan peserta didik seperti pemanfaatan sumber belajar yang terdapat di perpustakaan, pemanfaatan fasilitas internet dan chrombook yang tersedia. Dalam hal sikap percaya diri, peserta didik masih menunjukkan sikap malu dalam presentasi hasil kerja, ragu-ragu dalam memberikan tanggapan dan pertanyaan dalam sebuah diskusi kelompok atau secara klasikal. Terkait sikap kejujuran, dalam proses pembelajaran masih didominasi oleh beberapa peserta didik dalam kegiatan di kelas, sikap ketidakpercayaan terhadap kemampuan yang peserta didik miliki menyebabkan kurang mengeksplorasi dirinya untuk berkembang dan meningkatkan kreatifitas yang mereka miliki.

Penelitian terdahulu, Zultiar.I. dan Siwiyanti (2017) mengemukakan bahwa kegiatan *market day* dapat dijadikan cara untuk menanamkan nilai kewirausahaan pada anak usia dini dengan mengajarkan cara mengolah produk dan memasarkannya. Ramli, (2020) mengemukakan bahwa *market day* merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada peserta didik. Demikian pula Aini dan Kurniawati (2022), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kegiatan *market day* menjadi salah satu cara menanamkan nilai kewirausahaan sejak dini. Hal senada diungkapkan oleh Amelia Ekawati (2018) bahwa *market day* merupakan salah satu cara dalam mewujudkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik.

Fokus Kajian Penelitian, yaitu: 1. Bagaimana penerapan *market day* pada UPT SPF SDN Kompleks IKIP I Makassar dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik?; Apa saja nilai-nilai kewirausahaan yang dapat ditanamkan terhadap peserta didik melalui kegiatan berbasis *market day* pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar?

Tujuan Penelitian, meliputi: 1. untuk mengetahui penerapan kegiatan *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik kelas VI pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar; 2. untuk mengetahui nilai-nilai kewirausahaan yang dapat ditanamkan terhadap peserta didik kelas VI melalui kegiatan *market day* pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap peserta didik, guru, dan orang tua peserta didik., observasi, serta dokumentasi pelaksanaan kegiatan *market day*. Analisis data dilakukan dengan teknik triangulasi data dari berbagai sumber data untuk menarik sebuah kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Pembelajaran Berbasis Market Day dalam Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan terhadap Peserta Didik

Penerapan kegiatan *market day* pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan yang terintegrasi dalam materi beberapa muatan pelajaran yang saling terhubung seperti muatan pelajaran bahasa Indonesia, matematika, Ilmu Pengetahuan Sosial, Pendidikan Pancasila, dan muatan pelajaran lainnya. Dalam penerapannya peserta didik didampingi oleh guru kelas dan pengawasan dari pihak orang tua dengan melewati beberapa tahapan, yakni: tahap perencanaan, tahap promosi, tahap produksi, tahap pemasaran, dan tahap akhir pelaporan perhitungan untung-rugi, sebagai berikut: a. Tahap Perencanaan, tahap ini merupakan proses yang menentukan kegiatan yang akan dilakukan mencapai tujuan sesuai dengan pedoman dan hasil diskusi bersama, sehingga tergambar dengan jelas produk-produk yang akan ditawarkan kepada konsumen melalui pengamatan lebih dahulu tentang produk-produk yang banyak disukai oleh calon pembeli, mengamati jenis jualan yang paling laku di

kantin sekolah, atau menanyakan jenis makanan yang disukai kepada calon pembeli, serta mencari informasi dari orang tua peserta didik tentang jenis olahan yang mudah dilakukan dan disukai oleh calon pembeli, serta strategi pemasaran yang menarik bagi calon pembeli. Selain itu terkait juga dengan berapa biaya yang dibutuhkan? Berapa banyak yang diproduksi/disiapkan? Siapa saja sasaran pembelinya? Bagaimana bentuk pengumpulan dananya? Serta bagaimana pembagian tugas dalam kegiatan market day? Hal tersebut menjadi bahan referensi bagi peserta didik untuk memutuskan jenis-jenis produk yang akan dijual serta membuat atau menciptakan produk baru secara kreatif dengan melihat peluang yang lebih besar.

Hal ini sesuai dengan pendapat ahli yang menyatakan bahwa tahapan *planning*, peserta didik mencurahkan ide dan gagasannya untuk membuat perencanaan dan sistem kerja dengan memperhatikan hasil pengamatan Barnawi dan Arifin dalam Ciputra, 2012: 69-71). Pada tahap ini peserta didik didampingi oleh guru dalam menentukan ide-ide kreatif dengan prinsip modal kecil keuntungan besar, hal ini menjadi bahan diskusi bagi peserta didik untuk menjadi pilihan produknya, selain itu orang tua juga turut berperan dalam membantu melihat peluang pasar dan pembiayaannya. Keterlibatan orang tua hal ini tergantung dari kemandirian tiap kelompok dan jenjang kelasnya. Tedjasustina (2005: 31) menyatakan bahwa peluang usaha dan resikonya selalu berkaitan dengan kreativitas dan inovasi para pelaku wirausaha; b. Tahap Promosi, kegiatan peserta didik pada tahap promosi diawali dengan membuat poster produk-produk yang akan dijual. Hal ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi canva dalam membuat poster selanjutnya poster tersebut dikirim ke semua *group whatsapp* yang ada di sekolah atau dipromosikan secara langsung di depan peserta didik lainnya sebelum hari pemasaran sehingga peserta didik lainnya/pembeli ada persiapan uang jajan dalam kegiatan *market day* tersebut. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mempengaruhi para calon pembeli untuk tertarik membeli produk yang dijual pada waktu *market day* sehingga dibutuhkan kemampuan dan keterampilan peserta didik dalam berkomunikasi dengan orang lain dan menggunakan kata-kata singkat, padat, jelas, serta sopan. Menurut Kotler dan Keller dalam Simamora 2018, promosi merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga; d. Tahap Produksi, berdasarkan pembagian tugas pada awal perencanaan, maka kegiatan produksi dapat dilakukan secara perorangan atau dikerjakan bareng di rumah salah seorang peserta didik dengan melibatkan orang tua dalam hal mengarahkan dalam membuat barang produksi terutama jenis makanan dan minuman. Orang tua memfasilitasi peserta didik berupa perlengkapan atau alat masak yang digunakan. Beberapa kelompok peserta didik mendapatkan arahan dan bantuan dari orang tua peserta didik, namun juga ada yang tinggal diawasi bagi kelompok yang sudah mandiri dan telah ada pengalaman dan pembiasaan melakukan kegiatan dapur. Ada juga yang masing-masing mengerjakan dan membuat produk di rumah untuk di bawah ke sekolah bagi kelompok dengan menu yang bervariasi. Selain jenis makanan dan minuman, barang-barang yang diproduksi dapat berupa barang unik yang menarik pembeli dari hasil olahan peserta didik atau barang jadi yang diperoleh dari pedagang untuk dipasarkan. Barnawi dan Arifin (2012: 69-71) menyatakan bahwa fase produksi merupakan fase peserta didik berinovasi dengan membuat penemuan baru, pengembangan baru, atau membuat sesuatu dengan segala resiko; d. Tahap Pemasaran, pelaksanaan kegiatan pemasaran pada hari market day dilaksanakan di lapangan sekolah, setiap kelompok mempunyai booth sebagai tempat pelayanan pengunjung/pembeli. Pada tahap ini, sering dirangkaikan dengan event-event tertentu seperti pada acara pentas seni, hari-hari kebudayaan atau hari besar lainnya. Jadi, pengunjung dapat membeli sambil menikmati suguhan pertunjukan dari kelas lain. Namun, jika tidak ada event tertentu maka dilaksanakan pada hari biasa di waktu istirahat, sehingga seluruh peserta didik yang ada di sekolah dapat berkunjung ke setiap *booth*. Pelaksanaannya diatur sedemikian rupa untuk menarik minat dan perhatian pengunjung/pembeli dengan sasaran peserta didik, tenaga pendidikan dan non kependidikan yang ada di sekolah serta orang peserta didik

yang berkunjung ke sekolah dengan langkah-langkah sebagai berikut: 1) Mengatur meja di lokasi lapangan sekolah yang nyaman, peserta didik mengangkat meja dan kursi ke lapangan sekolah depan panggung serta fasilitas sekolah lainnya seperti mikrofon untuk membantu kelancaran kegiatan *market day* dengan memberikan informasi/aturan lewat alat tersebut; 2) Mengatur barang jualan, peserta didik pada langkah ini membawa barang julannya dan mengatur di meja yang tersedia setelah itu memasang papan promosi dan menyiapkan perlengkapan lainnya yang mendukung kegiatan seperti buku dan pulpen untuk mencatat barang laku dan harganya, serta menyiapkan recehan persiapan uang kembalian belanja; 3) Guru pendamping memberi arahan terkait materi pelajaran yang terkait dengan kegiatan *market day*, serta karakter yang diharapkan muncul melalui kegiatan tersebut, serta menyampaikan aturan yang harus dipatuhi selama berkegiatan *market day*; 4) Kepala sekolah memberikan sambutan dalam kegiatan *market day* sebagai motivasi untuk terus berkarya dan menjadi peserta didik yang berkarakter; 5) Memastikan semua hasil prodak sudah tersusun dengan baik dan setiap peserta didik siap dengan perannya masing-masing; 6) Pada saat bel istirahat berbunyi peserta didik yang berniat untuk berbelanja diarahkan ke both yang disiapkan; 7) Petugas *market day* menyambutnya dengan penuh semangat sambil memperkenalkan setiap produk yang dijual; 8) Petugas lain mencatat apa yang dibeli lengkap dengan harganya sedangkan teman yang lain melayani dengan sopan. Keadaan ini berlangsung sampai usai jam istirahat.

Barnawi dan Arifin (2012: 69-71) menyatakan bahwa fase *communication* atau *marketing* peserta didik melakukan sosialisasi untuk menarik minat pelanggan atas produk yang dibuat melalui kegiatan pameran, pasar kewirausahaan dan kegiatan lainnya. Tahap terakhir yaitu; Tahap Pelaporan, usai pelaksanaan pemasaran, setiap kelompok dalam kegiatan *market day* merapikan kembali segala peralatan yang digunakan selanjutnya kembali ke dalam ruang kelas untuk menghitung bersama hasil penjualan, seberapa laba yang diperoleh setelah dihitung selisih penjualan dan modal, dilanjutkan dengan pembagian laba/keuntungan secara adil berdasarkan keaktifan dan kerja yang dilakukan selama dalam tahap perencanaan, promosi, produksi, dan pemasaran.

Penerapan pembelajaran berbasis *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada UPT SPF SDN Kompleks IKIP I Makassar diperlukan langkah-langkah yang tepat sehingga dapat terlaksana dengan baik dan tercapai tujuan yang diharapkan. Hal tersebut dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan.

Penerapan pembelajaran berbasis *market day* dalam penanaman nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik seiring dengan Implementasi Kurikulum Merdeka (IKM) yang mengedepankan terwujudnya profil pelajar pancasila yang di dalamnya terdapat enam dimensi profil pancasila yaitu; beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, berkebinekaan global, mandiri, gotong royong, kreatif, dan berpikir kritis.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada bapak Baharuddin, S.Pd selaku guru kelas VI A UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar pada tanggal 11 Mei 2023 tentang penerapan pembelajaran *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan.

“Iya, penanaman nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik kelas VI di sekolah UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I dengan menggunakan kurikulum K-13, terdapat dalam kurikulum pembelajaran penanaman nilai-nilai kewirausahaan terdapat dalam tema tersendiri di kelas VI semester 1 tema 5 yaitu, tema wirausaha subtema Ayo Belajar Berwirausaha pembelajaran ke-4 memuat tentang keberagaman sosial budaya dan ekonomi masyarakat.”

Hal senada disampaikan oleh Bapak M. Sawir, S.Pd, pada tanggal 11 Mei 2023 mengungkapkan bahwa, memang benar penanaman nilai-nilai kewirausahaan pada peserta didik kelas VI ada dalam kurikulum pembelajaran tema lima kewirausahaan, juga

terintegrasi dalam beberapa mata pelajaran, selain itu penanaman nilai-nilai kewirausahaan terdapat dalam penerapan materi dalam bentuk pemodelan artinya materi yang teramkum dalam beberapa buku tema sebagai sumber pembelajaran dalam bentuk contoh atau teladan beberapa tokoh yang berhasil dalam beberapa bidang profesi dan pekerjaan.

Hal berbeda disampaikan oleh Bapak Nazwar Muslan, S.Pd selaku guru kelas V pada wawancara tanggal 11 Mei 2023 pukul 10.15, mengungkapkan bahwa pada jenjang kelas lima tidak terdapat tema khusus yang mengangkat tentang kewirausahaan, namun penanaman nilai-nilai kewirausahaan terintegrasi dalam kegiatan pembelajaran dari beberapa muatan pelajaran dalam kompetensi dasar yang relevan dengan nilai-nilai kewirausahaan.

Setelah dikonfirmasi dengan hasil wawancara kepada Ibu Hj. Sitti Faridah, S.Pd., M.Pd, pada tanggal 20 Mei 2023, menjelaskan bahwa muatan pelajaran kewirausahaan tidak terdapat untuk jenjang satuan pendidikan sekolah dasar, berbeda dengan jenjang sekolah menengah, kewirausahaan adalah muatan pelajaran yang berdiri sendiri, sedangkan di sekolah dasar, kewirausahaan hanya salah satu tema pada jenjang kelas enam, sedangkan penerapannya terintegrasi dalam model pembelajaran atau melalui suatu kegiatan yang menjadi budaya di sekolah.

Merujuk dari informasi yang disampaikan oleh beberapa informan, maka disimpulkan bahwa penanaman nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar telah terintegrasi dalam kurikulum pembelajaran baik dalam bentuk tema yang berdiri sendiri, maupun terinegrasi dalam beberapa muatan kompetensi dasar yang terdapat dalam beberapa muatan mata pelajaran atau diintegrasikan dalam kegiatan pembelajaran melalui penggunaan model dan metode yang bervariasi.

Penanaman nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik berbasis *market day* tentu harus dimulai dari aspek perencanaan yang matang untuk dilaksanakan dengan baik. Oleh karena itu, guru atau pihak sekolah, perlu merancang strategi pelaksanaan kegiatan *market day* dengan baik.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Baharuddin, S.Pd pada tanggal 18 Mei 2023, menjelaskan bahwa kegiatan pembelajaran *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan berawal dari menganalisis kompetensi dasar yang terdapat dalam beberapa muatan mata pelajaran dalam tema wirausaha yang terkait dengan nilai-nilai kewirausahaan selanjutnya disusun rencana pelaksanaan pembelajaran yang memuat model pembelajaran berbasisi proyek yaitu *market day*. Pada tahap perencanaan peserta didik membentuk kelompok kerja yang akan bersama-sama mensukseskan kegiatan *market day*, mendiskusikan ide barang jualan, membuat iklan, mempromosikan melalui *group whatshap* kelas untuk diteruskan ke *group* paguyuban orang tua peserta didik yang lain sebagai calon pembeli, dan pelaksanaannya.

Wawancara dengan Bapak Sawir, S.Pd, mengungkapkan bahwa pembelajaran berbasis *market day*, perlu dirancang dengan baik, hal ini perlu dilakukan karena diperlukan keterlibatan secara aktif dan menyeluruh dari beberapa pihak terutama ketelibatan seluruh peserta didik.

Wawancara dengan Bapak Nazwar Muslan, S.Pd, menjelaskan bahwa:

“Penerapan pembelajaran berbasis *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik diawali dengan menganailisis kompetensi dasar yang terdapat dalam beberapa muatan mata pelajaran yang relevan diantaranya muatan pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) tentang kegiatan ekonomi masyarakat seperti kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi serta muatan pelajaran Bahasa Indonesia tentang menggali dan memeragakan informasi yang disampaikan paparan iklan dari media cetak atau elektronik dengan pertolongan lisan, tulis, dan visual perencanaan, serta terkait dengan muatan pelajaran seni budaya dan prakarya tentang membuat reklame dan selanjutnya disusun rencana pelaksanaan pembelajaran berbasis *market day*.”

Pelaksanaan kegiatan market day dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I tidak mudah dalam mewujudkannya mengingat adanya keterlibatan semua pihak. Tentunya terdapat kendala yang dihadapi. Hal tersebut tergambar melalui wawancara yang dilakukan kepada Bapak Baharuddin, S.Pd, yang menjelaskan bahwa kegiatan market day tentunya terdapat beberapa kendala, seperti tidak semua peserta didik bisa terlibat aktif dalam kegiatan market day, namun bisa teratasi berkat pantauan dan komunikasi yang baik antar peserta didik, guru, dan orang tua.

Hal senada disampaikan oleh Bapak Sawir, S.Pd terkait kendala yang dihadapi pada kegiatan *market day*.

“Iya, ada kendala, namun tidak terlalu mempengaruhi kelancaran kegiatan market day seperti masalah waktu, sehingga perlu dirancang dengan baik waktu pelaksanaannya. Demikian halnya ide-ide kreatif peserta didik dalam menentukan barang jualan yang laku di usia tingkat sekolah dasar, selain itu kantin sekolah ikut mempengaruhi animo peserta didik untuk berbelanja ke market day, beberapa peserta didik cenderung berbelanja ke kantin sekolah yang memang pemilihan dan pengelohan menunya oleh pelaku-pelaku yang sudah berpengalaman dari segi cita-rasanya”.

Wawancara dengan Bapak Nazwar Muzlan, S.Pd tentang kendala yang ditemukan dalam kegiatan *market day*.

“*market day* sebagai kegiatan yang sangat kompleks dalam kehidupan sehari-hari sehingga kerja sama menjadi salah satu kendala karena tidak semua anak mampu bekerja sama dengan baik serta waktunya cukup lama mulai dari, perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan pembagian keuntungan”.

Berdasarkan wawancara dengan Ananda Alifah Azzahrah pada tanggal 23 Mei 2023, peserta didik kelas enam terkait dengan kendala yang dihadapinya.

“Sebagai ketua kelompok merasakan kendala dalam hal kerja sama yang baik untuk setiap anggota kelompok karena ada teman yang kurang aktif dalam kerja kelompok seperti terlambat mengumpulkan modal, malu-malu mempromosikan iklan kepada calon pembeli dari kelas yang berbeda”.

Sedangkan, Annisa Jelita Patoppoi sebagai bendahara dalam wawancara pada tanggal 23 Mei 2023 merasa bahwa kerja sama menjadi salah satu kendala karena barang yang akan dijual harus disiapkan terlebih dahulu di rumah salah seorang teman, namun tidak semua ikut terlibat, sehingga pembagian tugasnya masing-masing dikerjakan di rumah dan dilanjutkan di sekolah.

Hal berbeda disampaikan oleh Ananda Nahda ketua kelompok yang lainnya menjelaskan bahwa tidak ada kendala, semua terlibat sesuai dengan tugas masing-masing yang telah diberikan pada awal perencanaan, ada yang bertugas mengumpulkan dana, berbelanja, membuat iklan, mempromosikan iklan, membuat masakannya, melayani pembeli, mencatat, dan menerima pembayaran, sedangkan penentuan menunya didiskusikan secara bersama-sama, walaupun ada banyak gagasan atau ide namun ditentukan pilihan menu secara bersama-sama melalui diskusi secara langsung atau diskusi lewat *whatsapp*.

Kegiatan *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik dapat berjalan dengan lancar dan sesuai harapan jika semua pihak yang terlibat dapat melaksanakan tugas sesuai perannya masing-masing.

Wawancara yang dilakukan kepada Ibu Dr. Nurhikmah, S.Pd.,M.Si. orang tua peserta didik kelas enam tentang peran dan keterlibatan orang tua murid dalam kegiatan market day untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik, menyatakan bahwa:

“Peran orang tua dalam kegiatan *market day* yakni; memberikan fasilitas peralatan, memberikan ruang kepada anak-anak untuk menggunakan ruang dapur, memotivasi, memberi bantuan dana awal yang kemudian dikembalikan lagi. Beberapa anak berkumpul di rumah untuk menggunakan fasilitas dapur dan peralatan memasak yang akan digunakan”.

Seiring dengan itu, Ibu Cahaya mengungkapkan bahwa keterlibatannya dalam kegiatan *market day* yang dilaksanakan di sekolah, selain meminjamkan dan memfasilitasi peralatan memasak, hanya bertindak sebagai pengamat. Ide-ide jualan serta kegiatan lainnya dilakukan oleh Ananda bersama timnya dalam satu kelompok”. Berbeda dengan orang tua peserta didik, Ibu Syamsiah Abu yang menyatakan bahwa beliau turut berperan dalam menentukan ide jualan dalam kegiatan *market day*.

Wawancara dengan Ibu Ferawati menyatakan bahwa peran orang tua dalam kegiatan *market day* di sekolah UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar, selain membantu fasilitas peralatan, dan pinjaman dana, juga turut mempromosikan pada group *whatshap* teman orang tua peserta didik.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan berbasis *market day* untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan kepada peserta didik UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I terselenggara dengan baik berkat keterlibatan semua pihak secara aktif sehingga kendala yang dihadapi dapat teratasi melalui komunikasi dan pengertian pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

2. Nilai-Nilai Kewirausahaan yang Ditanamkan dalam Pembelajaran Berbasis *Market Day*

Penanaman nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik berbasis *market day* pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I, merupakan suatu kegiatan pembelajaran yang sangat kompleks dalam kehidupan sehari-hari serta melibatkan banyak pihak seperti guru, siswa, orang tua peserta didik serta seluruh warga sekolah. Hal ini memberikan banyak pengalaman belajar kepada peserta didik dalam kehidupan nyata di lingkungan masyarakat. Oleh karena itu terdapat banyak nilai yang bisa berkembang melalui kegiatan berbasis *market day*.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Baharuddin, S.Pd pada tanggal 18 Mei 2023 tentang nilai-nilai apa saja yang dapat dikembangkan melalui kegiatan berbasis *market day*.

“Ada beberapa nilai yang dapat dikembangkan melalui kegiatan *market day* diantaranya; kerja sama, ulet/ketekunan, disiplin, dan rasa ingin tahu yang besar”.

Hal tersebut, sepemikiran dengan Bapak Sawir, S.Pd yang menyatakan bahwa; “Iya, ada banyak nilai yang bisa ditanamkan terhadap peserta didik melalui kegiatan berbasis *market day*, diantaranya: kerja keras, mandiri, tekun, rasa ingin tahu, disiplin, dan kreatif”.

Demikian halnya yang diungkapkan oleh Bapak Nazwar Muslan, S.Pd pada saat wawancara pada tanggal 18 Mei 2023.

“Kegiatan *market day* yang sifatnya kompleks dalam kehidupan sehari-hari dapat memberi ruang kepada peserta didik untuk mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan, yaitu kreatifitas melalui kegiatan mencari ide jenis barang yang dapat dibuat dan diperjualbelikan karena mereka ditantangi untuk mencari ide jualan dengan prinsip ‘modal sedikit keuntungan besar’, melihat peluang yang ada jenis barang yang banyak diminati oleh calon pembeli, kreatif dalam membuat iklan melalui media canva untuk menjadi bahan promosi kepada para calon pembeli, melatih kemampuan berkomunikasi secara baik dan sopan kepada calon pembeli, melatih rasa kepercayaan diri, kemandirian dalam mengerjakan produk olahan yang akan dijual, melatih kemampuan kepemimpinan, kerja sama, serta kejujuran dalam mempromosikan barang jualan dan pembagian hasil penjualan secara adil sesuai proporsi tugas masing-masing”. Berdasarkan wawancara dengan Ananda Alifah Azzahra pada tanggal 23 Mei 2023 peserta didik kelas enam

tentang nilai-nilai kewirausahaan yang diperoleh melalui kegiatan *market day*, mengungkapkan bahwa:

“Iya, kegiatan *market day* menambah pengetahuan dan keterampilan dalam mendesain iklan produk melalui canva yang dibuat untuk promosi, selain itu juga menjalin kebesamaan dengan teman-teman pada waktu membuat barang jualan secara bersama-sama di rumah salah seorang teman dengan bimbingan dari orang tua yang ada di rumah, kegiatan *market day* ini menantang ide-ide kreatif, serta memperkuat jalinan pertemanan, semua berbagi tugas sesuai dengan kemampuan masing-masing, dan pembagian keuntungan berdasarkan keaktifan dan kerja yang dilakukan”.

Hal senada disampaikan oleh Ananda Annisa Jelita Patoppoi, bahwa; “Kegiatan *market day* menambah ilmu dan kreatifitas, serta kepercayaan diri dalam berkomunikasi dengan orang lain terutama pada waktu mempromosikan jualan kepada calon pembeli yang ada di lingkungan sekolah baik itu kepada peserta didik kelas satu sampai enam, bapak dan ibu guru, serta para orang tua murid yang sempat hadir dalam kegiatan *market day* tersebut”.

Ananda Andi Maulidiah Fadilah Yusuf dalam wawancara pada tanggal 28 Mei 2023 juga menjelaskan bahwa: “Kegiatan *market day* yang dilakukan di sekolah meningkatkan nilai kreatifitas dalam hal menentukan ide jualan, menghias jualan, dan membuat iklan dengan media aplikasi canva, juga menjalin kerja sama melalui pembagian tugas seperti ada yang bertugas, mengumpulkan dana, berbelanja, membuat barang jualan, membuat iklan, mempromosikan jualan, melayani pembeli, mencatat hasil jualan, dan membagi hasil jualan secara adil.

Berdasarkan wawancara dengan orang tua peserta didik Ibu Dr. Nurhikmah H..S.Pd.,M.Si tentang nilai-nilai kewirausahaan yang diperoleh Ananda dalam kegiatan *market day*, yaitu kerja sama yang baik, kreatif, komunikatif, mandiri, percaya diri, dan jujur dan kerja keras. Nilai-nilai kewirausahaan yang diperoleh ananda tersebut akan berdampak dalam kegiatan lainnya dan terbiasa berkolaborasi sehingga semakin akrab, serta sikap percaya diri tergambar dalam kegiatan mempromosikan produknya dihadapan peserta didik lainnya, bahkan secara mandiri ananda bersama temannya melanjutkan kreatifitas jualanannya pada hari lain tanpa adanya kegiatan *market day* yang dijadwalkan oleh gurunya. Lebih lanjut beliau sampaikan bahwa nilai kejujuran ananda terlihat pada proses dan bagi hasil sehingga mereka bisa menilai diantara temannya yang kompak tidak kompak dan terkadang tidak bersedia berbagi sebagai bahan pelajaran untuk kegiatan kelompok berikutnya, serta memberikan nasehat untuk mengubah sikap dan perilaku mereka yang membuat suana menjadi akrab kembali.

Hal senada disampaikan oleh Ibu Cahaya bahwa anak-anak cenderung lebih kreatif dan mandiri, serta percaya diri dan memiliki sikap jujur dalam berperilaku yang terlihat pada waktu menghitung untuk dari jualan yang dibagi berdasarkan porsi kerjanya masing-masing. Setelah dikonfirmasi dengan orang tua peserta didik Ibu Syamsiah Abu menjelaskan bahwa nilai-nilai kewirausahaan seperti kreatif, percaya diri, jujur sudah terlihat dalam kegiatan *market day* hanya perlu kerja sama yang baik antar semua anggota kelompok sehingga kegiatan *market day* tidak dimonopoli oleh beberapa anggota kelompok saja.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa informan tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan berbasis *market day* dapat mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan seperti; kreatif, jujur, dan percaya diri, kerja sama, mandiri, dan ulet.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar tentang nilai-nilai kewirausahaan yang ditanamkan terhadap peserta didik kelas VI dalam kegiatan *market day* menunjukkan bahwa terdapat beberapa nilai-nilai kewirausahaan yang dapat berkembang melalui kegiatan *market day* mulai pada tahap perencanaan, promosi, produksi, pelaksanaan pemasaran, dan pelaporan atau pembagian untung-rugi. Kegiatan *market day* memberikan pengalaman yang sangat kompleks bagi peserta didik dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat mengembangkan nilai-nilai kewirausahaan seperti kreatif, mandiri, percaya diri, tanggung jawab, kepemimpinan,

kerja keras, jujur, dan berani mengambil resiko. Namun dalam penelitian ini hanya mengupas tiga nilai kewirausahaan yaitu kreatif, percaya diri, dan kejujuran. Nilai-nilai kewirausahaan tersebut dapat berimbas pada kegiatan lainnya di sekolah maupun di rumah seperti yang diungkapkan oleh beberapa informan sebagaimana yang tergambar dalam penjelasan berikut ini: a. Kreativitas, Berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumen ditemukan adanya kreativitas yang berkembang terhadap peserta didik yang terlihat melalui indikator, yaitu; 1) Rasa ingin tahu, kreativitas peserta didik dalam kegiatan market dapat berkembang melalui kegiatan pada tahap perencanaan karena siswa ditantang untuk mencari produk yang laku di kalangan sekolah melalui kegiatan pengamatan yang dilakukan sebelumnya, serta bertanya kepada beberapa pihak termasuk keluarga di rumah, peserta didik yang ada di sekolah tentang hal yang menjadi ketertarikan calon pembeli pada waktu kegiatan *market day*. Rasa ingin tahu yang besar dengan banyak bertanya dan mencari tahu produk-produk melalui media elektronik, you to-be, dan sumber informasi lainnya, keingintahuan peserta didik terlihat pada waktu guru menggunakan aplikasi canva sebagai media yang menarik dan dengan suasana pembelajaran yang menyenangkan, peserta didik sangat antusias dalam mengikuti pembelajaran berbasis *market day*. Kemendiknas (2010), menyatakan bahwa sikap rasa ingin tahu dapat dilihat melalui indikator a) Siswa cenderung bertanya selama pembelajaran jika ada hal yang tidak dipahami, b) membaca sumber lain di luar buku teks tentang materi yang terkait dengan materi pembelajaran. Mustari (2011) juga mengungkapkan bahwa rasa ingin tahu merupakan sikap dan tindakan yang selalu berupaya mengetahui lebih dalam dan lebih luas dari apa yang dipelajarinya. Lebih lanjut disampaikan bahwa rasa ingin tahu melibatkan emosi terkait emosi yang dihubungkan dengan perilaku mengorek secara alamiah seperti eksplorasi, dan investigasi; 2) Tertarik pada tugas, pemanfaatan media canva merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menciptakan pembelajaran yang menyenangkan. Pelibatan orang lain dalam bekerja sama menjadi salah satu yang menarik dalam kehidupan sehari-hari. Jeli melihat peluang usaha dengan melihat objek jualan yang sedang trend di kalangan peserta didik; 3) Berani mengambil resiko, pemilihan produk melalui keputusan bersama, menjadi tanggung jawab bersama juga terhadap untung dan ruginya harus senantiasa ditanggung bersama. Dalam kegiatan *market day* peserta didik memiliki sikap berani dalam memilih produk yang akan menjadi jualan yang sesuai dengan calon pembeli peserta didik jenjang sekolah dasar. Nilai modal yang telah disepakati bersama menjadi salah satu acuan pemilihan produk serta banyaknya produksi menjadi salah satu resiko yang harus dipikirkan bersama; 4) Menyukai keindahan, peserta didik diberi kesempatan seluas-luasnya untuk mendesain iklan melalui canva yang menarik bagi calon pembeli serta mengatur meja pajangan dalam kegiatan pemasaran. Selain itu juga terlihat pada waktu kegiatan produksi membuat menu produk yang menarik calon pembeli. Kemasan juga menjadi salah satu unsur penarik pembeli sebelum mencicipi rasanya; 5) Mampu berbuat yang berbeda, kreativitasnya juga muncul pada waktu membuat iklan produk melalui aplikasi canva, serta mencari teknik promosi yang bagus. Setiap kelompok diberikan kesempatan untuk mencari teknik promosi yang dikuasai; seperti promosi melalui media gambar canva atau promosi langsung ke kelas-kelas atau kepada orang lain. Hal ini juga muncul pada waktu memilih produk barang jualan yang berbeda dengan kelompok lainnya.

Imbas dalam kegiatan berbasis *market day* yaitu; kreatif membuat dan mengembangkan usaha secara mandiri di sekolah dengan belajar dari pengalaman *market day*-nya. Bahkan dari beberapa peserta didik mengembangkan usaha dengan membuat sendiri sticker untuk dijual kepada teman-temannya. Hal tersebut berawal dari pengalaman memperoleh keuntungan dari kegiatan jual beli dalam *market day*, tertarik pada tugas-tugas yang diberikan oleh bapak dan ibu guru dengan menggunakan media pembelajaran yang menarik; berani mengambil resiko; menyukai keindahan, hal ini terlihat dari tugas-tugas yang diberikan dikerjakan secara kreatif; mampu berbuat yang berbeda dengan teman-temannya yang lain.

Tedjasutisna (2005: 3) menyatakan bahwa perencanaan memerlukan kreatifitas. Kreatifitas dan inovasi mengubah keadaan usaha yang akan berdampak pada keuntungan, bisnis bukan sekadar perkara keuntungan namun mencakup nilai karakter yang berkembang seperti kreatif, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, kepemimpinan, dan kerja keras. Bukan hanya dalam kegiatan perencanaan, namun kreatifitas juga terlihat pada tahap produksi, dan pemasaran/penjual.

Menurut Nasution et al. (2010), bahwa kualitas produksi dapat meningkatkan nilai karakter etos kerja, kreativitas, dan intelektual. Kreatif dan inovatif; peserta didik diharapkan memiliki daya kreasi dan inovasi yang tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari kreasi iklan yang dibuat, dan kemampuan mempromosikan produknya kepada peserta didik lain atau seluruh warga sekolah, serta variasi produk yang dibuat. Hal tersebut senada dengan Suryana (2013) yang mengungkapkan bahwa inovasi adalah kreatifitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Jadi, untuk berinovasi perlu kecerdasan kreatif dengan berlatih berfikir sesuatu yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi merupakan kemampuan melakukan, dan mengaplikasikan sesuatu yang baru dan berbeda seperti paa barang dan jasa, bentuk proses, ide, dan metode (Alma, 2008). Imam Mashud (2015: 8) menyatakan bahwa pelaksanaan market day sebagai salah satu program di sekolah dasar diharapkan mampu menanamkan karakter jiwa dan mental wirausahawan dengan dimulai dari hal-hal yang kecil seperti kegiatan jual beli dengan meneladani karakter jiwa seorang pengusaha yang meliputi kreatif dan inovatif, jujur, dan percaya diri; b Nilai Percaya Diri, orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya dapat ditandai dengan karakteristik, yaitu tidak tergantung pada orang lain, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, objektif, dan kritis, tidak begitu saja menyerap pendapat orang lain, emosinya stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam, tingkat sosialnya tinggi, mau menolong orang lain, dan dekat pada pencipta. Indikator ketercapaian rasa percaya diri dapat dilihat antara lain melalui kegiatan berani tampil, berani bertanya, berani menanggapi, bekerja tanpa ragu, dan tidak putus asa, seperti yang terlihat berikut ini; 1) Berani bertanya, berdasarkan wawancara dan observasi lapangan menunjukkan bahwa sikap percaya diri peserta didik dalam kegiatan market day pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar dapat berkembang dalam setiap tahapan kegiatan, pada tahap perencanaan peserta didik melakukan kegiatan pengamatan dan bertanya kepada peserta didik yang lain tentang makanan dan minuman kesukaannya, bertanya kepada pihak keluarga terkait produk yang menarik di pasaran dengan biaya yang tidak terlalu tinggi serta tidak rumit dalam pengelolaannya; 2) Berani tampil di depan, pada tahap promosi, peserta didik menunjukkan rasa keberanian dan kepercayaan diri mereka mempromosikan produk jualan mereka melalui iklan yang telah dibuat melalui aplikasi media canva, kemampuan komunikasi mereka diuji dengan harapan akan dapat mempengaruhi calon pembeli pada hari pelaksanaan market day. Hal ini juga terlihat pada hari pelaksanaan market day dengan tanpa sungkan menjajakan produk jualan mereka di halaman sekolah, mereka tidak merasa risih dan gengsi melakukan kegiatan jual-beli hadapan peserta didik lainnya; 3) Berani menanggapi, indikator ini dapat terlihat dalam setiap diskusi kelompok tentang pemilihan produk, penentuan model promosi serta pembagian tugas. Walau banyak perbedaan pendapat dalam setiap diskusi kelompok namun, pada akhirnya diambil keutusan secara bersama-sama; 4) Melakukan kegiatan tanpa ragu, keberanian memilih produk yang akan dijual, hal ini menunjukkan bahwa rasa kepercayaan diri peserta didik mulai tertantang pada tahap ini, lebih lagi, sikap percaya diri juga muncul pada tahap produksi, di mana peserta didik dengan penuh kepercayaan dirinya memproduksi sendiri produk jualanannya secara bersama-sama dibawa pengawasan orang tua di rumah; 5) Tidak putus asa, usai kegiatan market day masih bersemangat untuk mengulang kegiatan *market day* secara mandiri tanpa jadwal yang diberikan oleh Bapak dan Ibu guru di sekolah. Sebagai imbas sikap percaya diri dalam kegiatan pembelajaran lainnya, peserta didik menunjukkan sikap berani dalam berkomunikasi terkait materi pelajaran yang lain seperti kegiatan presentasi, berani bertanya dan menanggapi.

Depdiknas dalam Hidayat, Nur dkk (2021), menyatakan bahwa indikator percaya diri yaitu, berani menyatakan pendapat, berani bertanya dan menjawab, bangga dengan dirinya, berani melakukan tanpa bantuan, berani mencoba hal baru, mau melakukan tantangan, dan tidak menyerah, berani mempertahankan pendapat, ingin tampil berbeda, ingin menjadi juara, dan bangga terhadap karyanya sendiri. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor penampilan fisik, konsep diri, hubungan dengan orang lain, psikologis, emosional, aspirasi dan prestasi (Santrock dan Hurlock dalam Hidayat Nur; 2021); c Jujur, kegiatan market day merupakan salah satu upaya dalam menanamkan nilai/karakter kejujuran terhadap peserta didik pada UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar, selain dari pengawasan secara langsung atau melalui nasehat-nasehat yang senantiasa disampaikan oleh Bapak dan Ibu Guru di sekolah. Sikap jujur dalam kegiatan market dapat terlihat melalui indikator berikut ini: 1) Tidak menyontek, pada waktu pemilihan produk untuk dijual setiap kelompok berupaya untuk mencari dan berinovasi sesuai kreativitasnya masing-masing, dengan tidak memilih produk jualan yang sama antar kelompok. Hal tersebut akan berimbas dalam kegiatan lain di sekolah jika dilakukan sebagai suatu pembiasaan, seperti tidak menyontek saat ulangan; 2) Tidak menyalin karya orang; dalam kegiatan market day, indikator ini terlihat pada produk dan pada tahap pelaksanaan, produk dengan bahan dasar yang sama namun berbeda dalam variasi bentuk dan rasa, seperti produk olahan bahan dasar sosis, dengan olahan yang beraneka rupa; ada sosis telur, sosis gurita, sosis pita dan sebagainya, ada yang dikemas dengan tusukan, ada yang pakai kemasan plastik mika ada pula yang kemas dengan menggunakan piring kertas. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik berupaya untuk tidak langsung memindai apa yang dilihat namun disertai inovasi-inovasi baru; 3) Mengungkapkan perasaan apa adanya, pada waktu kegiatan promosi dengan menyampaikan informasi kepada calon pembeli terkait dengan produk olahannya, tidak mengada-ada tentang kandungan dan nilai gizi yang terdapat dalam produk jualanannya. Sikap jujur juga terlihat pada kegiatan bagi hasil atas penjualan yang diperoleh. Pembagian laba berdasarkan porsi kerja masing-masing setelah peserta didik mendapatkan modalnya lebih dahulu lalu dibagi secara adil dan merata; 4) Mengakui kesalahan, dalam kegiatan market day tahap pelaporan peserta didik mengevaluasi setiap tahapan kegiatan yang menjadi kekurangannya dan belum maksimal untuk melakukan perbaikan pada tindakan selanjutnya, peserta didik mengungkapkan perasaannya secara jujur selama berkegiatan *market day*, serta seberapa besar perannya dalam kelompok yang akan menjadi patokan dalam pembagian laba. Dalam kegiatan tersebut guru mengaitkan muatan pelajaran lainnya seperti matematika dan pendidikan pancasila. Perilaku jujur yang ditanamkan dalam kegiatan market diharapkan dapat berimbas pada kegiatan lain di sekolah seperti tidak menyontek pekerjaan teman saat ulangan, tidak menyalin karya orang, melaporkan apa adanya, berpendapat apa adanya, bercerita tentang kesulitannya dalam mengerjakan tugas, mengemukakan ketidaknyamanannya dalam proses pembelajaran.

Pada prinsipnya dalam perjalanan penelitian ini, penulis melihat adanya nilai-nilai karakter lain yang muncul dalam kegiatan market day, seperti kerja sama, hal ini terlihat melalui indikator bahwa setiap anak mau bekerja sama dan terlibat dalam kegiatan kerja kelompok dan kekompakan dalam menjajakan barang jualan mereka, serta adanya tanggung jawab yang dimiliki oleh peserta didik dalam setiap pembagian tugas yang diamanahkan kepadanya dalam satu kelompok. Selain itu juga berimbas pada perilaku mandiri, dan ulet dalam bekerja. Hal ini terlihat melalui indikator adanya sikap tidak ketergantungan sama orang lain, sebagaimana yang terlihat pada kegiatan mengolah produk yang dikerjakan sendiri dan dilanjutkan dengan melakukan kegiatan *market day* tanpa jadwal dari pihak guru kelasnya.

Kemendikbud dalam Jufri menyebutkan bahwa pendidikan karakter merupakan gerakan pendidikan di sekolah untuk memperkuat karakter melalui proses pembentukan, transmisi, transformasi, dan pengembangan potensi peserta didik dengan cara harmonisasi olah hati, olah rasa, olah pikir, dan olahraga sesuai filsafat hidup pancasila.

Berdasarkan pembahasan pada uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan pembelajaran berbasis *market day* dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik kelas VI UPT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar sangat baik dilaksanakan sebagai suatu kegiatan yang kompleks dalam kehidupan sehari-hari dengan melibatkan berbagai pihak dan mengembangkan sikap dan atau karkater yang berimbas pada kegiatan lainnya baik itu di sekolah, di rumah, dan masyarakat.

KESIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini, yaitu: 1. Penerapan nilai-nilai kewirausahaan berbasis *market day* terhadap peserta didik kelas VI pada PT SPF SD Negeri Kompleks IKIP I Makassar dilakukan dengan menganalisis kurikulum dan kompetensi dasar yang sesuai dengan nilai-nilai kewirausahaan. Dalam kegiatannya melalui beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, promosi, produksi, pemasaran, dan pelaporan dengan melibatkan beberapa pihak yaitu; guru, peserta didik, orang tua peserta didik, seluruh warga sekolah sebagai calon pembeli; 2. Kegiatan berbasis *market day* sebagai suatu kegiatan yang kompleks dalam kehidupan sehari-hari dapat menanamkan nilai-nilai kewirausahaan terhadap peserta didik seperti kreatif, percaya diri, jujur, kerja sama, ulet, dan mandiri yang akan berimbas dalam kegiatan pembelajaran dan dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, Moh., Razak, Mashur. 2015. Kewirausahaan teori dan Praktik. *Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Magna Script Publishing. Jakarta.
- Barnawi, dan Arifin M. (2012). *Scholl Peneurship Membangkitkan Jiwa dan Sikap Kewirausahaan Siswa*. Yogyakarta: ArRuzz Media.
- Depdiknas. (2012). *Pedoman Pendidikan Karakter Pada Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta. Depdiknas.
- Febriyanti, F., Mulyadiprana, A., & Nugraha, A. 2021. *Analisis Penanaman Nilai-Nilai Karakter Melalui Kegiatan Kewirausahaan "Market Day" di SD IT Abu Bakar Ash- Shiddiq. Pedadidaktika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 8(1), 231-240.
- Hakim, Dikhrul. 2017. *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya untuk Membentuk daya Saing dan Karakter Bangsa*. Unipdu. <http://journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/179#:~:text=Dhikrul%20Hakim,Entrepreneurship%20education%20based>
- Jufri, Muhammad, Ahmad dan Zainuddin, Kurniai (2016). *Pengembangan Panduan Permainan Kewirausahaan Berbasis Multimedia Digital pada Pendidikan Anak Usia Dini*. Lembaga Penelitian Universitas Negei Makassar. Indonesia.
- Rakib, Muhammad., Hasan, Muhammad, dkk. 2022. *Pendidikan Kewirausahaan; Model Pendidikan Kewirausahaan*. Tahta Media Group. https://www.researchgate.net/publication/362020827_PENDIDIKAN_KEWIRAU_SAHAN
- Ramli, R. 2020. *Penanaman nilai kewirausahaan melalui kegiatan market day di Sekolah Dasar Alam Ar-Rohmah Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Kementerian Pendidikan Nasional (Kemendiknas). 2010. *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan*. Bahan Pelatihan Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Jakarta : Kemendiknas Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum.
- Kin, Chaniago, dkk. 2020. *Teman Baik*. Rumah Media. Jakarta Selatan. <http://repository.iainkudus.ac.id/6939/5/05.%20BAB%20II.pdf>
- Mashud, I. 2016. *Membangun jiwa wirausaha siswa melalui kegiatan jual beli (analisis kegiatan market day sekolah dasar islam yakmi kota tangerang)*. In *Prosiding seminar nasional inovasi pendidika*
- Sahabuddin, R. 2014. *Transformasi dan Internalisasi Nilai-Nilai Kewirausahaan*. Carabaca. Makassar.
- Setiawati, Nanda. Dkk. 2022. *Implementasi Model Pembelajaran Market Day pada Orang Tua dan Peserta Dididk dalam Membangun Jiwa EntreprenurSDN No 064983 Sampali*

Kec. Percut.

<https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/JMKSP/article/download/1524/1329>

- Suardi dan Samad, S. 2019. Internaiisasi Nilai Kewirausahaan Sekolah Dasar. *Prosiding Seminar Nasional*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. UNM.
- Suharyoto, L. S. 2017. *Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day*. Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini,
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta
- Tedjasustina, Ating, 2004. *Memahami Kewirausahaan SMK*. Bandung: CV Armico.
- Zultiar, I., & Siwiyanti, L. (2017). Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak dan Manajemen)*