

Implementasi Market Day Islami untuk Penguatan Karakter Kewirausahaan Anak Usia

James Tumewu¹, Siti Asiah Murni^{2*}, Akhmad Zainuddin³, Savira Wahyu Nuraini⁴, Novandra Safira Hartono⁵, Qomariyah⁶, Nadien Azhara Safitri Rakhman⁷

^{1,2,3,4,5,6}Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Jl. Dukuh Kupang XXV/54 Surabaya, Kecamatan Dukuh Pakis, Kota Surabaya, Jawa Timur

⁷Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Jl. Mayjen. Prof. Dr. Moestopo No.47, Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota SBY, Jawa Timur

E-mail: sitiasiahmurni@uwks.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7959>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 Sep 2026

Revised: 25 Sep 2026

Accepted: 08 Okt 2026

Kata Kunci:

Islamic Market Day, pendidikan kewirausahaan, anak usia dini, pendidikan karakter, pembelajaran berbasis pengalaman

Keywords:

Islamic Market Day, entrepreneurship education, early childhood, character education, experiential learning



ABSTRACT

Pendidikan anak usia dini perlu mengenalkan nilai kewirausahaan melalui pengalaman belajar yang sesuai tahap perkembangan. Namun, PG-TK Islam Al Amin belum memiliki model pembelajaran kewirausahaan terstruktur yang mengintegrasikan karakter kewirausahaan dengan nilai Islami. Kegiatan pengabdian ini bertujuan menerapkan *Market Day* Islami sebagai pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman untuk memperkuat kejujuran, tanggung jawab, keberanian, komunikasi, dan sikap berbagi. Program dilaksanakan pada 11 September 2026 melalui pelatihan guru, simulasi transaksi, pergantian peran penjual-pembeli, pendampingan, observasi karakter, dan sedekah. Hasil menunjukkan anak aktif dalam jual beli serta mempraktikkan nilai kewirausahaan dan Islami secara langsung. Kegiatan juga meningkatkan kapasitas guru melalui modul praktis, SOP, dan instrumen observasi karakter. *Market Day* Islami dapat menjadi model pembelajaran kontekstual berbasis pengalaman untuk mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan dan pembentukan karakter anak usia dini.

*Early childhood education needs to introduce entrepreneurial values through developmentally appropriate learning experiences. However, the Al Amin Islamic Preschool and Kindergarten (PG-TK) lacks a structured entrepreneurship learning model that integrates entrepreneurial character with Islamic values. This community service initiative aimed to implement an "Islamic Market Day" as an experiential entrepreneurship learning activity designed to foster honesty, responsibility, courage, communication skills, and a spirit of sharing. The program was conducted on September 11, 2026, and included teacher training, transaction simulations, role-swapping between sellers and buyers, mentoring, character observation, and acts of charity (*sedekah*). The results demonstrated that the children actively participated in buying and selling while directly practicing both entrepreneurial and Islamic values. The activity also enhanced teacher capacity through the use of practical modules, standard operating procedures (SOPs), and character observation instruments. The Islamic Market Day serves as a viable experiential, contextual learning model for integrating entrepreneurship education with character building in early childhood.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: James Tumewu, et al (2026). Implementasi Market Day Islami untuk Penguatan Karakter Kewirausahaan Anak Usia, 5(1) 4403-4416. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7959>

PENDAHULUAN

Pendidikan anak usia dini merupakan tahap fundamental dalam pembentukan karakter, kemandirian, kemampuan sosial, dan pola pikir anak. Pada tahap ini, pembelajaran perlu dirancang tidak

hanya untuk memberikan pengetahuan, tetapi juga untuk memberikan pengalaman konkret yang memungkinkan anak belajar melalui aktivitas yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Salah satu kompetensi yang relevan diperkenalkan sejak usia dini adalah kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan pada anak tidak dimaksudkan untuk membentuk kemampuan bisnis secara formal, melainkan untuk menumbuhkan karakter dan keterampilan dasar seperti percaya diri, kreativitas, kemandirian, tanggung jawab, kemampuan berkomunikasi, kerja sama, dan keberanian mengambil keputusan sederhana. Penelitian pada lembaga pendidikan anak usia dini menunjukkan bahwa pengenalan kewirausahaan sejak dini dapat membantu membangun sikap positif terhadap aktivitas kewirausahaan dan memberikan stimulasi melalui pengalaman belajar sehari-hari.

Salah satu bentuk pembelajaran kewirausahaan yang sesuai dengan karakteristik anak usia dini adalah *Market Day*. Kegiatan ini memberikan kesempatan kepada anak untuk terlibat secara langsung dalam aktivitas jual beli sederhana sehingga pembelajaran berlangsung melalui pengalaman nyata. Anak dapat menjalankan peran sebagai penjual maupun pembeli, mengenal barang dan harga, berkomunikasi dengan orang lain, serta belajar mengambil keputusan sederhana. Penelitian Triana *et al.* (2024) menunjukkan bahwa aktivitas *Market Day* dapat digunakan sebagai strategi untuk mengembangkan *entrepreneurship skill* anak usia dini melalui keterlibatan anak dalam proses kegiatan secara langsung. Temuan Iftitah (2024) juga menunjukkan bahwa *Market Day* memberikan pengalaman kepada anak untuk merencanakan, menghasilkan, dan menjual produk serta mendukung pengembangan kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, keterampilan sosial, dan tanggung jawab, selain mengembangkan karakter kewirausahaan, *Market Day* berpotensi menjadi media pembelajaran yang mengintegrasikan literasi finansial dan kemampuan kognitif anak. Aktivitas jual beli memberikan pengalaman konkret mengenai fungsi uang, pertukaran barang, nilai barang, serta pengambilan keputusan sederhana. Penelitian Idamulyani *et al.* (2024) menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* dapat meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan berpikir simbolik anak usia 5–6 tahun. Penelitian lain mengenai implementasi *Market Day* di PAUD juga menunjukkan bahwa kegiatan tersebut dapat digunakan untuk memperkenalkan pemahaman literasi keuangan melalui pengalaman langsung dalam aktivitas ekonomi sederhana.

Kekuatan *Market Day* sebagai media pembelajaran juga terletak pada karakteristiknya yang memungkinkan penerapan *experiential learning*. Anak memperoleh pengetahuan melalui keterlibatan langsung, interaksi dengan lingkungan, dan pengalaman memecahkan situasi sederhana yang muncul selama kegiatan. Kajian Wahyuningsih dan Küçükoğlu (2025) menunjukkan bahwa *experiential learning* relevan diintegrasikan dalam pendidikan anak usia dini karena mendorong keterlibatan aktif, kreativitas, kemampuan berpikir, dan perkembangan sosial-emosional anak. Dalam konteks *Market Day*, pengalaman tersebut dapat diwujudkan melalui kegiatan memilih produk, menentukan harga, menawarkan barang, melakukan transaksi, berkomunikasi, dan menyelesaikan proses jual beli.

Aspek sosial juga menjadi bagian penting dari kegiatan *Market Day*. Interaksi antara penjual dan pembeli memberikan kesempatan kepada anak untuk berkomunikasi, bekerja sama, menunggu giliran, melakukan negosiasi sederhana, dan membangun kepercayaan diri. Ilmiah dan Destiana (2025), misalnya, menemukan adanya peningkatan kemampuan interaksi sosial anak setelah mengikuti kegiatan *Market Day*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan yang dirancang sebagai pengalaman sosial nyata dapat memberikan kesempatan kepada anak untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan teman maupun guru. Dengan demikian, *Market Day* memiliki potensi untuk mengintegrasikan aspek kewirausahaan dengan perkembangan sosial anak.

Dalam konteks pendidikan berbasis Islam, pengalaman kewirausahaan tersebut dapat diperluas dengan memasukkan nilai-nilai moral dan keagamaan. Aktivitas ekonomi sederhana tidak hanya dapat digunakan untuk mengenalkan transaksi, tetapi juga menjadi sarana pembiasaan kejujuran, tanggung jawab, sikap saling menghargai, kepedulian, dan berbagi. Hal ini relevan dengan karakteristik pendidikan anak usia dini berbasis Islam yang menempatkan pembentukan akhlak sebagai bagian integral dari proses pembelajaran. Penelitian mengenai program kewirausahaan pada lembaga PAUD Islam menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan dapat dikembangkan melalui aktivitas yang sesuai dengan karakteristik anak dan lingkungan pendidikan Islam, meskipun penelitian mengenai *Market Day* pada anak usia dini telah berkembang, masih terdapat kesenjangan yang perlu mendapatkan perhatian, baik pada aspek konseptual maupun implementatif. Penelitian terdahulu telah menunjukkan manfaat *Market Day* terhadap *entrepreneurship skill*, literasi finansial, kemampuan berpikir simbolik, interaksi

sosial, komunikasi, kreativitas, dan tanggung jawab, namun, sebagian besar penelitian tersebut masih menempatkan Market Day sebagai media atau aktivitas untuk mencapai satu atau beberapa outcome perkembangan tertentu. Sementara itu, pengembangan *Market Day* sebagai model pembelajaran kewirausahaan Islami yang secara simultan mengintegrasikan pengalaman transaksi, pembentukan karakter kewirausahaan, internalisasi nilai Islami, dan evaluasi karakter secara terstruktur masih relatif terbatas.

Kesenjangan tersebut tidak hanya terdapat pada aspek kajian, tetapi juga pada praktik penyelenggaraan di satuan pendidikan anak usia dini. Kegiatan *Market Day* berpotensi menjadi aktivitas yang menarik bagi anak, tetapi tanpa desain pembelajaran yang sistematis, kegiatan tersebut dapat berhenti pada pengalaman jual beli tanpa memastikan bahwa nilai dan karakter yang menjadi tujuan pembelajaran benar-benar diamati dan dikembangkan. Padahal, penelitian mengenai implementasi program *Market Day* menunjukkan pentingnya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar aktivitas tersebut benar-benar mendukung pengembangan kemampuan kewirausahaan anak, oleh karena itu, diperlukan suatu model yang tidak hanya memberikan pengalaman transaksi kepada anak, tetapi juga menghubungkan aktivitas tersebut dengan indikator karakter yang jelas, pendampingan guru, serta evaluasi yang terdokumentasi.

Kondisi tersebut ditemukan pada PG-TK Islam Al Amin. Berdasarkan observasi awal dan identifikasi permasalahan mitra, sekolah memiliki sekitar 40 siswa dan 4 tenaga pendidik serta telah memiliki orientasi pendidikan berbasis nilai Islam, namun, sekolah belum memiliki model pembelajaran kewirausahaan usia dini yang terstruktur, belum memiliki kegiatan *Market Day* yang dilaksanakan secara rutin, media pembelajaran ekonomi masih terbatas, dan orang tua belum dilibatkan secara optimal dalam praktik edukasi ekonomi anak. Selain itu, anak belum diperkenalkan secara sistematis pada konsep jual beli sederhana, nilai kejujuran dalam transaksi, konsep keuntungan secara sederhana, dan pembiasaan berbagi melalui sedekah. Guru juga belum memiliki modul khusus maupun media simulasi yang dapat digunakan untuk mengajarkan praktik ekonomi secara aplikatif dan menyenangkan.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengembangkan dan mengimplementasikan *Market Day* Islami sebagai model pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman. Kegiatan dirancang melalui simulasi jual beli dengan pembagian peran sebagai penjual dan pembeli, pengenalan barang dan harga, penggunaan media transaksi edukatif, interaksi antaranak, pendampingan guru, serta praktik berbagi melalui sedekah. Model ini diarahkan untuk mengintegrasikan aktivitas ekonomi sederhana dengan pembentukan karakter anak. Lima indikator karakter yang menjadi perhatian dalam program adalah kejujuran, tanggung jawab, keberanian, kemampuan komunikasi, dan sikap berbagi.

Inovasi program terletak pada integrasi antara pengalaman transaksi, karakter kewirausahaan, nilai Islami, dan evaluasi karakter dalam satu model pembelajaran. Hal tersebut *memungkinkan Market Day* tidak hanya menjadi kegiatan sesaat, tetapi menjadi media pembelajaran yang dapat digunakan guru untuk memberikan pengalaman ekonomi sekaligus mengamati perkembangan karakter anak secara sistematis.

Implementasi kegiatan dilaksanakan pada 11 September 2026 di PG-TK Islam Al Amin. Dokumentasi pelaksanaan memperlihatkan keterlibatan aktif anak dalam aktivitas *Market Day*, baik sebagai penjual maupun pembeli. Anak berinteraksi dengan teman, memilih dan menawarkan barang, melakukan transaksi, serta mengikuti kegiatan berbagi melalui kotak sedekah. Aktivitas tersebut menciptakan situasi pembelajaran yang konkret dan menyenangkan sehingga anak memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan keberanian, komunikasi, tanggung jawab, dan nilai berbagi dalam konteks yang dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan model *Market Day* Islami sebagai pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman bagi anak usia dini, memperkuat karakter kejujuran, tanggung jawab, keberanian, komunikasi, dan berbagi, meningkatkan kapasitas guru dalam menerapkan pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual, serta menyediakan model dan instrumen evaluasi karakter yang dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra. Tujuan tersebut sejalan dengan rancangan program yang menempatkan penguatan karakter anak, peningkatan kapasitas guru, pengembangan perangkat pembelajaran, dan keberlanjutan program sebagai luaran utama kegiatan.

METODE

Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di PG-TK Islam Al Amin, Sumberejo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, pada 11 September 2026. Mitra merupakan lembaga pendidikan anak usia dini yang memiliki orientasi pendidikan berbasis nilai Islam. Berdasarkan identifikasi awal, mitra memiliki sekitar 40 siswa dan 4 tenaga pendidik. Sasaran utama kegiatan adalah siswa anak usia dini sebagai peserta *Market Day* Islami, sedangkan guru berperan sebagai fasilitator dan pendamping kegiatan. Tim pengabdian terdiri atas tiga dosen dan tiga mahasiswa. Dosen bertanggung jawab terhadap desain program, penyusunan SOP dan modul, pendampingan, evaluasi, serta pengembangan simulasi transaksi. Mahasiswa mendukung koordinasi lapangan, dokumentasi, observasi, penyediaan media edukatif, pendampingan siswa, dan pelaksanaan sesi sedekah.

Desain Kegiatan

Kegiatan menggunakan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) melalui implementasi *Market Day* Islami. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan anak memperoleh pengalaman langsung melalui aktivitas jual beli sederhana sekaligus mempraktikkan nilai-nilai karakter dalam situasi yang konkret. Pelaksanaan program terdiri atas lima tahapan utama, yaitu (1) sosialisasi, (2) pelatihan guru, (3) implementasi *Market Day* Islami, (4) pendampingan dan evaluasi, dan (5) keberlanjutan program.

Tahap Sosialisasi dan Persiapan

Tahap pertama dilakukan melalui koordinasi dengan kepala sekolah dan guru PG-TK Islam Al Amin. Kegiatan bertujuan untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan program, mengidentifikasi kebutuhan mitra, menyusun jadwal, dan menentukan pembagian peran antara tim pengabdian dan pihak sekolah. Tahap persiapan juga mencakup identifikasi kondisi awal pembelajaran kewirausahaan dan kesiapan sarana pendukung. Dalam proses tersebut, mitra memberikan informasi mengenai kondisi pembelajaran yang telah berjalan serta kebutuhan sekolah dalam mengembangkan pembelajaran kewirausahaan anak usia dini.

Tahap Pelatihan Guru

Pelatihan diberikan kepada guru dengan pendekatan aplikatif agar guru mampu berperan sebagai fasilitator selama kegiatan *Market Day*. Materi pelatihan meliputi internalisasi nilai Islami dalam aktivitas ekonomi sederhana, penggunaan instrumen observasi karakter, dan teknik pendampingan siswa selama kegiatan. Metode pelatihan meliputi paparan interaktif, simulasi jual beli, dan role play guru sebagai fasilitator. Pelatihan dimaksudkan untuk memberikan pemahaman kepada guru mengenai bagaimana aktivitas transaksi dapat diarahkan menjadi pengalaman pembelajaran yang sekaligus menumbuhkan karakter anak.

Tahap Implementasi Market Day Islami

Implementasi inti dilakukan melalui kegiatan *Market Day* Islami. Sebelum kegiatan dimulai, siswa dikelompokkan ke dalam peran sebagai penjual dan pembeli. Tim dan guru menyiapkan media transaksi berupa uang mainan edukatif, label harga, meja atau stan penjualan, serta barang yang digunakan dalam simulasi.

Aturan transaksi dan etika Islami terlebih dahulu dijelaskan kepada siswa dengan bahasa yang sesuai dengan usia mereka, selanjutnya, siswa melakukan simulasi jual beli secara bergiliran. Guru mendampingi dan mengamati perilaku siswa selama proses transaksi. Setelah sesi pertama selesai, dilakukan rotasi peran sehingga siswa memperoleh pengalaman sebagai penjual maupun pembeli. Kegiatan tidak hanya berfokus pada transaksi, tetapi juga memasukkan praktik sedekah sebagai bentuk pembiasaan berbagi. Dengan demikian, aktivitas ekonomi yang dilakukan anak diarahkan untuk menghubungkan pengalaman memperoleh atau menggunakan sesuatu dengan kepedulian terhadap orang lain.

Dokumentasi kegiatan memperlihatkan keterlibatan aktif siswa dalam aktivitas *Market Day*. Anak tampak berinteraksi di stan penjualan, memilih barang, menawarkan barang, melakukan transaksi, dan mengikuti kegiatan berbagi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan dirancang sebagai

pengalaman langsung yang melibatkan anak secara aktif, bukan sekadar pemberian materi secara instruksional.

Pendampingan dan Evaluasi Program

Pendampingan dilakukan sebelum, selama, dan setelah pelaksanaan *Market Day*. Sebelum kegiatan, tim memastikan kesiapan teknis dan media pembelajaran. Selama kegiatan, tim melakukan observasi langsung dan mendampingi guru dalam menjalankan prosedur kegiatan. Setelah kegiatan, dilakukan diskusi reflektif bersama guru untuk mengidentifikasi pengalaman, kendala, dan peluang pengembangan program. Evaluasi program dilakukan melalui analisis hasil observasi karakter, rekapitulasi data kuantitatif, dan diskusi reflektif. Evaluasi diarahkan tidak hanya untuk menilai keberhasilan siswa, tetapi juga untuk melihat efektivitas model intervensi serta kesiapan sekolah dalam melaksanakan kegiatan secara mandiri.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan menjadi bagian dari desain program agar *Market Day* Islami tidak berhenti sebagai kegiatan satu kali. Sekolah diarahkan untuk mengintegrasikan kegiatan *Market Day* ke dalam agenda tahunan dan mengembangkan kegiatan kewirausahaan lanjutan secara mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan Market Day Islami

Kegiatan *Market Day* Islami dilaksanakan pada 11 September 2026 di PG-TK Islam Al Amin sebagai bentuk implementasi pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman bagi anak usia dini. Kegiatan dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada anak dalam melakukan aktivitas ekonomi sederhana melalui peran sebagai penjual dan pembeli. Pelaksanaan kegiatan merupakan tindak lanjut dari permasalahan mitra yang sebelumnya belum memiliki kegiatan *Market Day* secara rutin, model pembelajaran kewirausahaan yang terstruktur, serta instrumen evaluasi karakter kewirausahaan yang terdokumentasi.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan persiapan tempat, penataan stan, penyediaan barang, uang mainan edukatif, dan label harga. Anak kemudian dibagi ke dalam kelompok penjual dan pembeli. Sebelum transaksi dimulai, guru dan tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai aturan kegiatan dan etika transaksi yang perlu dilakukan anak. Pengaturan tersebut memungkinkan anak memahami bahwa kegiatan *Market Day* bukan sekadar aktivitas bermain jual beli, tetapi merupakan pengalaman belajar yang memiliki aturan, tanggung jawab, dan nilai yang harus dipraktikkan.

Pada tahap pelaksanaan, anak melakukan transaksi secara bergiliran. Anak yang berperan sebagai penjual bertugas menawarkan dan menyerahkan barang, sedangkan anak yang berperan sebagai pembeli memilih barang, menyampaikan kebutuhan, dan melakukan pembayaran menggunakan uang edukatif. Setelah satu sesi selesai, dilakukan rotasi peran sehingga anak memperoleh pengalaman dari kedua posisi tersebut. Desain ini sesuai dengan rancangan program yang menempatkan simulasi transaksi, rotasi peran, dan pendampingan guru sebagai komponen utama kegiatan.

Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa anak terlibat secara aktif dalam suasana *Market Day*. Interaksi yang terjadi selama kegiatan memberikan kesempatan kepada anak untuk berkomunikasi dengan teman, memilih barang, menawarkan barang, melakukan transaksi, dan menjalankan tugas sesuai perannya. Dengan demikian, kegiatan memberikan konteks yang konkret bagi penerapan prinsip *learning by doing* dalam pendidikan kewirausahaan anak usia dini. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Triana *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa *Market Day* dapat digunakan sebagai strategi pengembangan *entrepreneurship skill* karena anak memperoleh kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses kegiatan kewirausahaan. Penelitian Aulia dan Munastiwi (2024) juga menunjukkan bahwa *Market Day* dapat dirancang melalui tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, penilaian, dan evaluasi untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak usia dini.



Gambar 1. Pelaksanaan Market Day Islami

Keterlibatan Anak dalam Aktivitas Transaksi

Salah satu hasil utama kegiatan adalah terciptanya pengalaman transaksi yang memungkinkan anak berinteraksi langsung dengan situasi ekonomi sederhana. Anak tidak hanya mengamati proses jual beli, tetapi menjalankan sendiri peran sebagai penjual dan pembeli. Pengalaman tersebut memberikan kesempatan bagi anak untuk memahami hubungan antara barang, harga, uang, dan transaksi secara konkret. Aktivitas sebagai penjual mendorong anak untuk berani menawarkan barang dan berkomunikasi dengan pembeli. Sementara itu, aktivitas sebagai pembeli memberikan pengalaman dalam memilih barang, menyampaikan keinginan, menyerahkan uang, dan menerima barang. Rotasi peran memperluas pengalaman tersebut sehingga anak tidak hanya memahami satu sisi transaksi. Dari perspektif pembelajaran anak usia dini, pengalaman tersebut memiliki nilai pedagogis karena konsep ekonomi diperkenalkan melalui aktivitas yang dapat diamati dan dilakukan secara langsung. Anak belajar melalui tindakan dan interaksi, bukan melalui penjelasan abstrak mengenai konsep ekonomi.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Idamulyani *et al.* (2024), yang menemukan bahwa kegiatan *Market Day* dapat memberikan pengaruh terhadap literasi keuangan dan kemampuan berpikir simbolik anak usia 5–6 tahun. Dengan demikian, *Market Day* dapat menjadi sarana untuk menghubungkan pembelajaran konseptual dengan pengalaman nyata anak. Dalam konteks program ini, aktivitas transaksi juga diarahkan untuk memperkenalkan etika dalam kegiatan ekonomi. Anak tidak hanya belajar bagaimana melakukan pembayaran atau menerima barang, tetapi juga diarahkan untuk melakukan transaksi secara tertib, jujur, bertanggung jawab, dan menghargai orang lain.

Penguatan Karakter Kewirausahaan Anak

Pengembangan karakter merupakan komponen utama dalam *Market Day* Islami. Berdasarkan desain program, lima indikator karakter yang diamati adalah kejujuran, tanggung jawab, keberanian, kemampuan komunikasi, dan sikap berbagi.

1. Kejujuran

Kejujuran diperkenalkan melalui situasi transaksi. Anak diarahkan untuk menyampaikan informasi mengenai barang secara benar, menggunakan uang sesuai ketentuan, dan mengikuti aturan transaksi. Aktivitas tersebut memberikan situasi konkret untuk mempraktikkan kejujuran, bukan sekadar mendengarkan penjelasan guru mengenai pentingnya bersikap jujur.

2. Tanggung jawab

Tanggung jawab muncul melalui pembagian peran. Anak yang menjadi penjual bertanggung jawab terhadap barang dan proses pelayanan, sedangkan anak sebagai pembeli bertanggung jawab mengikuti aturan transaksi. Pembagian tugas tersebut memberikan kesempatan kepada anak untuk memahami bahwa setiap peran memiliki kewajiban yang harus dijalankan.

3. Keberanian

Kegiatan *Market Day* menciptakan situasi yang mendorong anak untuk berinteraksi secara langsung. Anak perlu berbicara ketika menawarkan barang, menyampaikan keinginan, atau melakukan transaksi. Dengan demikian, kegiatan memberikan ruang bagi anak untuk melatih keberanian dalam situasi sosial yang nyata.

4. Kemampuan komunikasi

Komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari transaksi. Penjual dan pembeli perlu menggunakan bahasa untuk menyampaikan informasi, bertanya, menjawab, dan menyelesaikan transaksi. Aktivitas tersebut menjadikan komunikasi sebagai keterampilan yang dipraktikkan secara fungsional.

5. Sikap berbagi

Karakter berbagi diperkuat melalui praktik sedekah yang menjadi bagian dari kegiatan. Integrasi sedekah membuat pengalaman ekonomi anak tidak diarahkan semata-mata pada memperoleh atau menggunakan sesuatu, tetapi juga pada kepedulian terhadap orang lain. Praktik tersebut menjadi salah satu ciri pembeda *Market Day* Islami dibandingkan kegiatan *Market Day* yang hanya berorientasi pada transaksi. Secara keseluruhan, kelima indikator tersebut menunjukkan bahwa *Market Day* dapat digunakan sebagai ruang pembelajaran karakter yang bersifat kontekstual. Hal ini sejalan dengan penelitian Ratnawati (2024) yang menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* dapat digunakan untuk mengembangkan karakter entrepreneur anak, termasuk kejujuran, tanggung jawab, kemandirian, dan keberanian.



Gambar 2. Foto Keterlibatan Anak dalam Aktivitas

Internalisasi Nilai-Nilai Islami melalui Aktivitas Ekonomi

Aspek yang menjadi pembeda utama program ini adalah integrasi nilai Islami ke dalam aktivitas ekonomi anak. Nilai tersebut tidak disampaikan hanya dalam bentuk materi, tetapi dihadirkan melalui situasi nyata selama kegiatan. Kejujuran diterapkan dalam proses transaksi. Tanggung jawab diterapkan melalui pelaksanaan tugas sesuai peran. Sementara itu, sikap berbagi diwujudkan melalui kegiatan sedekah. Dengan pendekatan tersebut, nilai Islami menjadi bagian dari perilaku yang dilakukan anak selama kegiatan, bukan hanya konsep yang disampaikan secara verbal. Integrasi ini penting karena pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini tidak seharusnya hanya berorientasi pada kemampuan menjual atau mengenal uang. Dalam konteks pendidikan Islam, aktivitas ekonomi dapat menjadi media pembentukan perilaku ekonomi yang beretika. Dengan demikian, anak diperkenalkan pada gagasan bahwa aktivitas ekonomi perlu dilakukan secara jujur, bertanggung jawab, dan memiliki kepedulian terhadap orang lain. Pendekatan tersebut memperkuat karakteristik program sebagai *Market Day* Islami, bukan sekadar *Market Day* yang diberi tambahan aktivitas keagamaan. Nilai Islam ditempatkan sebagai bagian dari proses pembelajaran dan perilaku yang dipraktikkan selama transaksi.

Peran Guru dalam Pembelajaran Berbasis Pengalaman

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa guru memiliki posisi penting sebagai fasilitator kegiatan. Guru tidak mengambil alih aktivitas anak, tetapi mendampingi, memberikan arahan, memastikan aturan berjalan, dan mengamati perilaku anak selama proses transaksi. Peran tersebut sesuai dengan desain program yang menempatkan guru sebagai pendamping dan observer. Guru juga dilibatkan dalam proses pelatihan sebelum pelaksanaan kegiatan agar memahami konsep kewirausahaan Islami, simulasi transaksi, dan penggunaan instrumen observasi.

Pendekatan ini penting dalam pembelajaran anak usia dini karena keberhasilan *Market Day* tidak hanya ditentukan oleh tersedianya barang atau stan penjualan, tetapi juga oleh kemampuan guru menciptakan situasi belajar yang aman, menyenangkan, dan bermakna. Guru berperan dalam

mengarahkan pengalaman transaksi menjadi pengalaman pembelajaran. Dengan demikian, program tidak hanya memberikan manfaat pada siswa, tetapi juga meningkatkan kapasitas sekolah dalam menyelenggarakan pembelajaran kewirausahaan secara lebih terstruktur. Hal tersebut sejalan dengan tujuan program yang menempatkan peningkatan kapasitas guru dan tersedianya perangkat pembelajaran sebagai salah satu luaran utama.

Model Market Day Islami sebagai Inovasi Pembelajaran

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, inovasi yang diterapkan dapat dirangkum dalam empat komponen yang saling berkaitan seperti pada Gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Model Market Day Islami

Pada tahap pertama, anak memperoleh pengalaman langsung. Pada tahap kedua, pengalaman tersebut diwujudkan melalui simulasi transaksi. Selanjutnya, proses transaksi digunakan sebagai konteks untuk mengembangkan karakter. Terakhir, pengalaman ekonomi diarahkan untuk membangun nilai Islami melalui kejujuran, tanggung jawab, dan berbagi. Model tersebut memperluas fungsi *Market Day* dari sekadar aktivitas kewirausahaan menjadi media pembelajaran karakter berbasis pengalaman. Hal ini relevan dengan penelitian Iftitah (2024), yang menunjukkan bahwa *Market Day* memberikan pengalaman langsung kepada anak dalam merencanakan, menghasilkan, dan menjual produk serta mendukung kreativitas, pemecahan masalah, keterampilan sosial, dan tanggung jawab. Dengan demikian, kontribusi program ini bukan pada penciptaan konsep *Market Day* yang sama sekali baru, melainkan pada pengintegrasian beberapa fungsi pembelajaran dalam satu model yang terstruktur, khususnya pengalaman transaksi, karakter kewirausahaan, nilai Islami, dan evaluasi karakter.

Evaluasi Program Berdasarkan Respons Guru dan Siswa

Evaluasi pelaksanaan *Market Day* Islami dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai respons peserta, perubahan perilaku yang terlihat selama kegiatan, pemahaman anak terhadap konsep jual beli, serta keberterimaan program dari perspektif guru. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan selama kegiatan dan respons guru terhadap pelaksanaan program. Lima aspek karakter yang menjadi fokus program meliputi kejujuran, tanggung jawab, keberanian, kemampuan komunikasi, dan sikap berbagi. Hasil respons dari empat guru menunjukkan bahwa *Market Day* Islami memperoleh tanggapan positif. Guru menilai kegiatan berjalan dengan baik, memberikan pengalaman langsung kepada anak, dan sesuai dengan tujuan pembelajaran. Salah satu guru menyatakan bahwa kegiatan berjalan cukup baik, tertata, dan anak-anak terlihat senang. Guru lainnya menilai kegiatan sangat bermanfaat karena anak dapat belajar melalui praktik langsung.



Gambar 4. Hasil Feedback Guru Terhadap Pelaksanaan Market Day Islami

Gambar 4 menunjukkan bahwa seluruh guru memberikan respons positif terhadap pelaksanaan *Market Day Islami*. Respons tersebut terutama terlihat pada aspek antusiasme anak, keberanian dan komunikasi, tanggung jawab, pemahaman jual beli, serta penerapan nilai-nilai Islami. Guru juga menilai kegiatan layak dikembangkan dan dilaksanakan kembali, meskipun masih ditemukan kendala berupa kemampuan sebagian anak dalam menghitung uang atau uang kembalian serta keterbatasan waktu.



Gambar 5. Foto Aktivitas Anak Dalam Market Day Islami

Pembahasan

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa *Market Day Islami* dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk mempertemukan pendidikan kewirausahaan, literasi ekonomi sederhana, dan pendidikan karakter pada anak usia dini. Kegiatan tidak hanya memberikan kesempatan kepada anak untuk melakukan simulasi jual beli, tetapi juga menempatkan aktivitas ekonomi sebagai pengalaman belajar yang konkret dan kontekstual. Melalui peran sebagai penjual dan pembeli, anak berinteraksi secara langsung dengan produk, harga, uang, dan proses transaksi, sehingga konsep ekonomi yang bersifat abstrak dapat diperkenalkan melalui pengalaman yang dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *Market Day* dapat digunakan sebagai strategi pengembangan keterampilan kewirausahaan anak melalui pengalaman langsung. Triana *et al.* (2024) menempatkan *Market Day* sebagai strategi pengembangan entrepreneurship skill, sedangkan Aulia dan Munastiwi (2024) menunjukkan bahwa kegiatan tersebut dapat menjadi sarana penanaman nilai kewirausahaan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan di PG-TK Islam Al Amin memperkuat temuan tersebut, terutama dari perspektif mitra sekolah. Berdasarkan *feedback* empat guru, anak terlihat antusias, aktif mengikuti kegiatan, serta menunjukkan keberanian untuk berkomunikasi, menawarkan produk, dan menjalankan peran yang diberikan.

Indikasi penguatan karakter kewirausahaan terlihat terutama pada aspek keberanian, kemandirian, kerja sama, tanggung jawab, dan kepercayaan diri. Guru mengamati bahwa beberapa anak yang pada awalnya masih malu mulai berani berinteraksi dengan pembeli dan menjalankan perannya dalam transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman menjadi penjual maupun pembeli menyediakan ruang bagi anak untuk mempraktikkan perilaku kewirausahaan secara langsung. Dalam konteks pendidikan anak usia dini, karakter kewirausahaan tidak diarahkan pada kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi pada pembentukan fondasi perilaku seperti keberanian mencoba, komunikasi, kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, dan kemampuan bekerja sama. Program ini juga memperkuat temuan penelitian yang menghubungkan *Market Day* dengan literasi finansial. Idamulyani *et al.* (2024) menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* dapat memberikan pengaruh terhadap literasi keuangan dan kemampuan berpikir simbolik anak usia 5–6 tahun. Dalam kegiatan di PG-TK Islam Al Amin, anak memperoleh pengalaman mengenali harga, menggunakan uang, melakukan transaksi, dan memahami hubungan sederhana antara barang dan pembayaran. *Feedback* guru menunjukkan bahwa aktivitas memegang uang dan melakukan transaksi menjadi salah satu pengalaman yang paling menarik bagi anak. Dengan demikian, kegiatan *Market Day* memberikan konteks pembelajaran numerasi dan literasi ekonomi yang bersifat konkret, namun demikian, hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa kemampuan anak dalam melakukan perhitungan transaksi masih beragam. Guru mengidentifikasi bahwa sebagian anak mengalami kesulitan dalam menghitung uang atau menentukan uang kembalian. Temuan ini menjadi informasi penting bagi pengembangan program karena menunjukkan bahwa aktivitas transaksi perlu disesuaikan dengan tahap perkembangan dan kemampuan numerasi anak. Untuk pelaksanaan berikutnya, transaksi dapat disederhanakan melalui penggunaan nominal yang mudah dikenali, uang mainan, pembatasan jumlah denominasi, serta pendampingan guru pada saat transaksi. Dengan demikian, aktivitas ekonomi tidak menjadi beban kognitif bagi anak, tetapi tetap memberikan pengalaman belajar yang bermakna.

Aspek yang menjadi pembeda utama program ini adalah integrasi nilai Islami ke dalam aktivitas ekonomi. Berdasarkan *feedback* guru, nilai yang paling konsisten terlihat selama kegiatan adalah kejujuran. Selain itu, guru juga mengamati sikap amanah, kesabaran, saling menghargai, dan tolong-menolong. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas transaksi digunakan bukan hanya untuk mengenalkan konsep jual beli, tetapi juga sebagai konteks untuk memperkenalkan etika dalam aktivitas ekonomi. Anak diarahkan untuk menyampaikan harga secara benar, mengikuti aturan transaksi, menghargai pihak lain, dan menjalankan tanggung jawab sesuai perannya.

Dengan demikian, *Market Day Islami* tidak sekadar menempatkan anak dalam situasi “berjualan”, tetapi mengonstruksi aktivitas ekonomi sebagai media pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Alur pembelajaran dapat dipahami sebagai proses sebagai berikut:



Gambar 6. Alur Pembelajaran Market Day Islami

Integrasi tersebut menjadi penting karena pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini tidak cukup hanya mengenalkan aktivitas jual beli, tetapi perlu membangun pemahaman bahwa aktivitas ekonomi juga memiliki dimensi sosial dan etis. Dari perspektif pengabdian kepada masyarakat, pendekatan tersebut sekaligus merespons permasalahan nyata yang dihadapi mitra. Sebelum kegiatan, sekolah belum memiliki model kegiatan kewirausahaan yang aplikatif dan terstruktur, sementara pengalaman transaksi anak masih terbatas dan evaluasi karakter kewirausahaan belum dilakukan secara sistematis. Intervensi yang diberikan kemudian tidak berhenti pada pelaksanaan *Market Day*, tetapi mencakup perancangan aktivitas transaksi sederhana, pembagian peran, pendampingan guru dan siswa,

observasi perilaku anak, serta evaluasi melalui feedback mitra. Dengan demikian, program menghasilkan pengalaman belajar sekaligus memberikan kerangka yang dapat digunakan sekolah untuk mengembangkan kegiatan serupa.

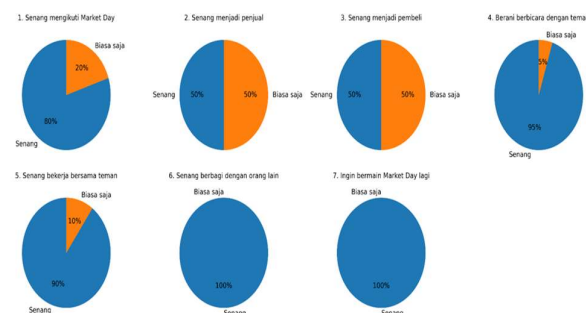
Feedback dari keempat guru juga menunjukkan bahwa kegiatan dipandang memberikan manfaat bagi perkembangan anak dan layak untuk dikembangkan kembali. Guru menilai bahwa pengalaman langsung membuat konsep lebih mudah dipahami dan memberikan kesempatan kepada anak untuk belajar melalui praktik. Respons tersebut mengindikasikan adanya penerimaan yang baik dari mitra terhadap pendekatan pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman. Meskipun demikian, temuan ini perlu dipahami sebagai evaluasi kualitatif dan indikasi awal kebermanfaatan program, bukan sebagai bukti efektivitas yang dapat digeneralisasi, mengingat kegiatan dilaksanakan satu kali dan evaluasi melibatkan empat guru sebagai responden mitra.

Kontribusi program dengan demikian tidak terletak pada klaim bahwa *Market Day* merupakan pendekatan baru dalam pendidikan anak usia dini. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan manfaat *Market Day* bagi pengembangan kewirausahaan dan literasi finansial. Kontribusi kegiatan ini terletak pada konstruksi integratifnya, yaitu menggabungkan transaksi ekonomi sederhana, penguatan karakter kewirausahaan, literasi ekonomi, dan nilai Islami dalam satu pengalaman belajar yang dirancang sesuai dengan karakteristik anak usia dini. Pendekatan tersebut juga memperluas fungsi *Market Day* dari sekadar aktivitas simulasi jual beli menjadi media pembelajaran yang menghubungkan kompetensi ekonomi dengan pembentukan karakter dan etika.

Dari sisi keberlanjutan, hasil feedback guru menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan kegiatan secara lebih rutin di sekolah. Keberlanjutan tidak harus diwujudkan dalam bentuk kegiatan besar, tetapi dapat dilakukan melalui *Market Day* sederhana yang diintegrasikan dengan tema pembelajaran, kegiatan numerasi, pendidikan karakter, dan pembiasaan nilai Islami. Dengan model tersebut, sekolah dapat mengembangkan aktivitas kewirausahaan secara bertahap sesuai dengan kemampuan anak dan sumber daya yang tersedia.

Temuan dari guru diperkuat oleh respons langsung dari anak sebagai peserta kegiatan. Dari 40 anak yang mengikuti kegiatan, sebanyak 80% menyatakan senang mengikuti *Market Day*, 95% menyatakan senang berbicara dengan teman, dan 90% menyatakan senang bekerja bersama teman. Respons terhadap aktivitas berbagi bahkan mencapai 100%, dan seluruh anak menyatakan ingin mengikuti kegiatan *Market Day* kembali. Sementara itu, ketertarikan terhadap peran sebagai penjual dan pembeli masing-masing berada pada angka 50%, yang menunjukkan bahwa preferensi anak terhadap jenis peran masih beragam. Pola tersebut mengindikasikan bahwa kekuatan utama kegiatan bukan semata-mata pada aktivitas jual beli, tetapi pada pengalaman sosial dan partisipatif yang menyertainya.

Untuk memperkuat hasil evaluasi kegiatan, selain memperoleh *feedback* dari guru sebagai mitra pelaksana, evaluasi juga dilakukan dengan menggali respons langsung dari anak sebagai peserta utama kegiatan. Respons anak digunakan untuk melihat tingkat penerimaan, keterlibatan, dan pengalaman mereka selama mengikuti *Market Day* Islami. Respons menggunakan gambar (*emoticon*) dalam menjawab feedback yang diberikan. Hasil respons dari 40 anak disajikan pada Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 7. Respon Anak terhadap Pelaksanaan Market Day Islami (N= 40)

Berdasarkan Gambar 7, respons anak menunjukkan kecenderungan yang sangat positif terhadap pelaksanaan *Market Day* Islami. Sebagian besar anak menyatakan senang mengikuti kegiatan, dengan respons positif tertinggi terlihat pada aspek berbagi dan keinginan untuk mengikuti kegiatan kembali. Tingginya respons pada aspek komunikasi dan kerja sama juga menunjukkan bahwa kegiatan memberikan ruang interaksi sosial yang kuat bagi anak. Berdasarkan respons 40 anak, kegiatan *Market*

Day Islami memperoleh tanggapan yang secara umum positif. Sebanyak 32 anak (80%) menyatakan senang mengikuti kegiatan, sedangkan 8 anak (20%) memberikan respons “biasa saja”. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar anak dapat menerima kegiatan sebagai pengalaman belajar yang menyenangkan. Pada aspek peran dalam kegiatan, respons anak terhadap peran sebagai penjual maupun pembeli relatif berimbang, masing-masing sebesar 50%. Temuan ini menunjukkan bahwa ketertarikan anak terhadap kedua peran tersebut belum sepenuhnya seragam. Kondisi tersebut dapat dipahami karena pengalaman, keberanian, dan preferensi anak dalam menjalankan peran sosial berbeda-beda. Dengan demikian, pembagian peran secara bergantian pada kegiatan berikutnya dapat menjadi strategi untuk memberikan kesempatan pengalaman yang lebih merata kepada seluruh anak.

Temuan yang lebih kuat terlihat pada aspek keberanian berkomunikasi. Sebanyak 38 anak (95%) menyatakan senang berbicara dengan teman, sementara hanya 2 anak (5%) memberikan respons biasa saja. Persentase tersebut menunjukkan bahwa aktivitas *Market Day* menyediakan ruang interaksi sosial yang sangat kuat bagi anak. Situasi jual beli mendorong anak untuk berbicara, menyampaikan keinginan, merespons teman, dan berinteraksi dalam konteks yang konkret. Aspek kerja sama juga menunjukkan respons yang sangat positif. Sebanyak 36 anak (90%) menyatakan senang bekerja bersama teman. Hal ini memperlihatkan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan pengalaman individual, tetapi juga menciptakan kesempatan bagi anak untuk melakukan aktivitas secara kolaboratif. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan usia dini, pengalaman tersebut relevan dengan pengembangan kemampuan bekerja sama dan berinteraksi dengan lingkungan sosial.

Respon paling tinggi ditemukan pada aspek berbagi. Seluruh 40 anak (100%) menyatakan senang berbagi dengan orang lain. Temuan ini menjadi menarik karena menunjukkan bahwa aktivitas yang dirancang dalam *Market Day Islami* tidak hanya diterima sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga memberikan pengalaman sosial yang positif. Aktivitas berbagi dapat menjadi konteks pembiasaan nilai kepedulian dan kebersamaan yang menjadi bagian dari karakter yang ingin dibangun melalui program. Hal yang sama terlihat pada keinginan untuk mengikuti kegiatan kembali. Seluruh anak (100%) menyatakan ingin bermain *Market Day* lagi. Respons ini menunjukkan tingkat penerimaan dan ketertarikan yang sangat tinggi terhadap pengalaman belajar yang diberikan, meskipun tidak dapat langsung diinterpretasikan sebagai bukti peningkatan kemampuan kewirausahaan, temuan tersebut memberikan indikasi bahwa *Market Day Islami* mampu menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan berpotensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Market Day Islami berpotensi dikembangkan dari kegiatan pengabdian yang bersifat insidental menjadi model pembelajaran kewirausahaan berbasis karakter yang kontekstual, sederhana, dan dapat direplikasi. Model ini menempatkan anak sebagai pelaku aktif dalam pengalaman ekonomi sederhana sekaligus memberikan ruang bagi guru untuk mengamati perkembangan karakter dan perilaku sosial anak. Dengan adanya adaptasi terhadap kemampuan numerasi, penguatan pendampingan guru, dan pelaksanaan secara berkala, pendekatan tersebut dapat menjadi bagian dari agenda pembelajaran sekolah yang mengintegrasikan literasi ekonomi, karakter kewirausahaan, dan nilai-nilai Islami sejak usia dini. Konsistensi antara *feedback* guru dan respons anak memperkuat indikasi bahwa *Market Day Islami* diterima dengan baik oleh mitra dan peserta kegiatan. Guru mengamati munculnya keberanian, kemandirian, kerja sama, tanggung jawab, dan kejujuran, sedangkan respons anak menunjukkan pengalaman yang menyenangkan, keterlibatan sosial yang tinggi, serta keinginan untuk mengikuti kegiatan kembali. Meskipun demikian, temuan tersebut perlu dipahami sebagai indikasi awal dari hasil pelaksanaan program dan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan karakter secara kausal, karena kegiatan dilaksanakan dalam satu kali intervensi tanpa pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan.

SIMPULAN

Pelaksanaan *Market Day Islami* di PG-TK Islam Al Amin menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan berbasis pengalaman dapat menjadi media pembelajaran yang relevan untuk anak usia dini dengan mengintegrasikan pengalaman ekonomi sederhana, penguatan karakter, keterampilan sosial, dan nilai-nilai Islami. Kegiatan memberikan kesempatan kepada anak untuk mengalami secara langsung aktivitas sebagai penjual dan pembeli, berinteraksi dengan teman, melakukan transaksi sederhana, serta belajar menjalankan tanggung jawab sesuai dengan peran yang diberikan.

Berdasarkan feedback empat guru sebagai mitra sekolah, kegiatan menunjukkan indikasi positif terhadap perkembangan perilaku anak, terutama dalam aspek keberanian berkomunikasi, kepercayaan diri, kemandirian, kerja sama, tanggung jawab, dan kejujuran. Guru juga mengamati bahwa aktivitas transaksi memberikan pengalaman konkret bagi anak dalam mengenal konsep jual beli, harga, uang, serta interaksi sosial dalam kegiatan ekonomi. Nilai Islami seperti kejujuran, amanah, kesabaran, saling menghargai, dan tolong-menolong juga dapat diintegrasikan secara langsung dalam aktivitas Market Day. Temuan tersebut diperkuat oleh respons 40 anak sebagai peserta kegiatan. Sebanyak 80% anak menyatakan senang mengikuti Market Day, 95% senang berbicara dengan teman, 90% senang bekerja bersama teman, dan 100% menyatakan senang berbagi serta ingin mengikuti kegiatan Market Day kembali, sementara itu, ketertarikan terhadap peran sebagai penjual dan pembeli masing-masing sebesar 50%, yang menunjukkan bahwa preferensi anak terhadap jenis peran masih beragam. Secara keseluruhan, respons tersebut menunjukkan bahwa Market Day Islami diterima dengan baik dan mampu menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan, partisipatif, dan bermakna bagi anak.

Dari sisi pelaksanaan, kegiatan juga menemukan bahwa sebagian anak masih membutuhkan pendampingan dalam melakukan perhitungan uang dan menentukan kembalian. Keterbatasan waktu juga menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan agar seluruh anak memperoleh kesempatan yang lebih optimal dalam menjalankan berbagai peran. Temuan ini menjadi dasar untuk penyempurnaan kegiatan berikutnya melalui penyederhanaan transaksi, penyesuaian nominal dengan kemampuan numerasi anak, rotasi peran, serta pengaturan waktu yang lebih proporsional.

Dengan demikian, Market Day Islami berpotensi dikembangkan sebagai model pembelajaran kewirausahaan berbasis karakter yang menghubungkan literasi ekonomi sederhana, karakter kewirausahaan, keterampilan sosial, dan nilai Islami dalam satu pengalaman belajar. Keberlanjutan program dapat diarahkan melalui pelaksanaan Market Day secara berkala dan terintegrasi dengan tema pembelajaran sekolah, namun, hasil kegiatan ini merupakan indikasi awal berdasarkan respons anak dan observasi/feedback guru, sehingga belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan karakter secara kausal. Evaluasi lanjutan dengan pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan dapat dilakukan untuk memperoleh bukti perubahan yang lebih kuat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada PG-TK Islam Al Amin, Sumberejo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, khususnya kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, orang tua, dan seluruh siswa yang telah memberikan dukungan dan berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan Market Day Islami.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses persiapan, pelaksanaan, pendampingan, dokumentasi, dan evaluasi kegiatan sehingga program dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi khusus diberikan kepada para guru yang berperan sebagai fasilitator dan pendamping anak selama kegiatan.

Dukungan dan keterlibatan seluruh pihak menjadi bagian penting dalam pengembangan pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual, menyenangkan, dan berbasis karakter bagi anak usia dini.

REFERENSI

- Afrianti, N. (2023). Market Day Metode Bermain Literasi Finansial Yang Menyenangkan Bagi Anak Usia Dini. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 7367–7372. <https://doi.org/10.54371/jip.v6i9.2520>
- Alvadina, P. Y., Fitrisia, A., Yufriadi, F., Syahrani, F., & Ngardi, V. (2024). The Integrating Entrepreneurship Education Into Islamic Madrasah Curriculum: A Qualitative Case Study Of Experiential And Project-Based Learning Under Indonesia's Freedom To Learn (Merdeka Belajar) Initiative. *Jurnal Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.14421/jpi.2024.132.131-150>
- Finanti, E., & Waluyo, E. (2024). The Effectiveness of Financial Literacy Book Series In Early Childhood Education Level On Increasing Children's Financial Knowledge In Kindergarten. *BELIA: Early Childhood Education Papers*, 13(1). <https://doi.org/10.15294/Belia.V13i1.69971>
- Haq, A. M., Ariska, A., Mukarromah, S. A., Wardoyo, D. T. W., & Khamidi, A. (2023). Best practice Program Kewirausahaan Dalam Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Multi Situs TK Adni Islamic

- English School Surabaya Dan TK Islam Bakti 4 YPBWI Gresik). *JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, 6(4), 387–402.
- Hudiya, F. R., Wulandari, R., Lubis, H. S., Putri, A., & Wahyuni, S. (2023). Mengenalkan Jiwa Kewirausahaan Kepada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day. *Journal of Educational Research and Humaniora*, 1(4), 12–21. <https://doi.org/10.51178/jerh.v1i4.1643>
- Idamulyani, I., et al. (2024). *Indonesian Journal of Early Childhood*, <https://jurnal.unw.ac.id/index.php/IJEC/article/view/3273>
- Iftitah, S. L. (2024). Market Day: Sharpening Children's Entrepreneurial Spirit From An Early Childhood In A Fun Way. *Kiddie: Early Childhood Education and Care Journal*, 2(1), 45–53. <https://doi.org/10.52593/kid.02.1.05>
- Ilmiah, N., & Destiana, E. (2025). Market Day Encourages Social Interaction Among Children Aged 3–4 Years Old. *Indonesian Journal of Education Methods Development*, 20(3). <https://doi.org/10.21070/ijemd.v20i3.906>
- Pratiwi, E., Latif, M. A., & Sholihah, Y. A. F. (2024). The entrepreneur program in early childhood education institutions: A case study of Market Day. *Al Hikmah Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education*, 8(2), 288–294. <https://doi.org/10.35896/ijecie.v8i2.845>
- Triana, N. P., Suzanti, L., & Widjayatri, R. D. (2024). Aktivitas Market Day sebagai strategi untuk pengembangan entrepreneurship skill anak usia dini. *Murhum: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 327–342. <https://doi.org/10.37985/murhum.v5i1.560>
- Wahyuningsih, D., & Küçükoğlu, A. (2025). Integrating Experiential Learning Into The Merdeka Curriculum For Early Childhood Education In Indonesia. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 9(5). <https://doi.org/10.31004/obsesi.v9i5.7020>