

# Program *Entrepreneur* Anak Usia Dini: Sebuah Analisis dalam Mengembangkan Sosial Anak

Yesi Ardana Fatihatus Sholihah<sup>1✉</sup>, Muhammad Abdul Latif<sup>2</sup>, Eriqa Pratiwi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Madura

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received October 18, 2024

Revised November 22, 2024

Accepted November 25, 2024

### Keywords:

Entrepreneurship program, Social development, Early childhood



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

Copyright © 2024 by Author,  
Published Universitas Trunojoyo  
Madura

## ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of entrepreneurship activities based on the market day program in developing social skills in early childhood at TK Muslimat NU Darunnajah Kamal Bangkalan. The research adopts a qualitative approach, with data collection through observation, interviews, and documentation at the school. The data sources include literature as well as field data, which involve the school principal, teachers, and the children. Data analysis is conducted using the model developed by Miles and Huberman. The findings indicate that the market day program has a positive impact on developing children's social skills. Interactions between children and buyers or peers, such as negotiating, sharing, and resolving conflicts, enrich their social experiences. These activities help children develop important social skills, including empathy, communication, and teamwork. Additionally, the program promotes improvements in self-confidence, as children gain a sense of achievement through their involvement in entrepreneurial activities. By taking on tasks such as selling and managing products, they learn to interact effectively with others. Moreover, the market day program introduces basic entrepreneurial concepts to children. These concepts teach values such as hard work, responsibility, and appreciation for others' efforts. Children begin to understand the importance of working together to achieve goals and the rewards that come from collaboration and perseverance. This study contributes empirical evidence on the positive effects of the market day program in fostering social skills in young children. The findings can serve as a valuable reference for early childhood education institutions in designing programs that promote both social and emotional development. Additionally, the research highlights the potential of incorporating entrepreneurship education into early childhood curricula, offering an innovative approach to enriching teaching methods and preparing children for future challenges.

### ✉ Corresponding Author

Address : Bangkalan, Indonesia

Email : [210651100004@student.trunojoyo.ac.id](mailto:210651100004@student.trunojoyo.ac.id)

## Pendahuluan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pada 1 Angka 14 disebutkan bahwa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) adalah kegiatan pengajaran yang ditunjukkan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia 0-6 tahun dimana pada masa ini merupakan masa ke-emasan atau yang sering disebut dengan *golden age*. Pada masa *golden age* dimana masa itu dapat meningkatkan pemberian rangsangan untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan fisik dan mental agar anak siap menempuh pendidikan lebih lanjut yang diselenggarakan pada jalur formal, nonformal, dan informal (Sokhibah & Komalasari, 2015). *Golden Age* adalah waktu yang untuk mengajarkan keterampilan dasar yang akan berguna di masa depan, dengan pendekatan yang tepat, anak dapat tumbuh menjadi kreatif, mandiri, dan siap menghadapi dunia yang lebih luas.

Salah satu aspek yang perlu dicapai dalam tumbuh kembang anak adalah perkembangan sosial. Keterampilan sosial mengacu pada kemampuan seseorang dalam berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal. Metode pembelajaran yang dapat mendorong kemampuan sosial adalah *entrepreneur*, dimana untuk mendorong kewirausahaan pada anak-anak berkaitan dengan kemampuan anak-anak dan bagaimana mereka mampu memahami lingkungannya. Keterampilan sosial tersebut meliputi kemampuan anak bertukar pikiran, berkomunikasi, berempati, dan berkolaborasi dengan orang lain serta dijadikan pelajaran pendidikan antikorupsi bagi anak-anak sejak dini (Igamo et al., 2023).

Kegiatan *entrepreneur* dapat mendorong anak berperan sebagai penjual dan pembeli, anak melakukan transaksi jual beli, dan anak menerima barang nyata dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran. Kegiatan *entrepreneur* mengajarkan anak tidak hanya cara melakukan transaksi aritmatika saja akan tetapi juga cara bersosialisasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Kegiatan ini memungkinkan anak-anak menerima pembelajaran langsung dan otentik untuk meningkatkan keterampilan anak dan meningkatkan keterampilan sosial permulaan bagi anak (Asmara, 2023).

Menumbuhkan jiwa *entrepreneur* pada anak tidak hanya memerlukan dukungan materi saja, namun juga dukungan non-wujud seperti dukungan orang tua, dukungan kata-kata positif dan motivasi. Motivasi dapat berupa kalimat-kalimat berupa ucapan terima kasih atau dorongan. Ketika anak-anak dihargai atas apa yang mereka lakukan, mereka termotivasi untuk melakukan hal yang sama atau bahkan lebih baik (Asmara, 2023). Kerjasama antara guru dan orang tua menjamin dukungan optimal terhadap perilaku anak, dan anak mengetahui bahwa dirinya menerima dukungan terbaik dari guru maupun orang tua.

Kewirausahaan (*entrepreneur*) pada hakikatnya adalah suatu sikap, semangat, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu hal baru yang mempunyai nilai besar dan berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Peran kewirausahaan dan kewirausahaan di negara-negara berkembang tidak dapat diabaikan, terutama dalam kegiatan seluruh sekolah. Menerjemahkan ide-ide baru kedalam aktivitas nyata di seluruh perusahaan memungkinkan mereka berinovasi secara kreatif dan optimal sehingga mempercepat pembangunan bangsa. Salah satu tujuan pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini adalah untuk menanamkan jiwa kewirausahaan dan kemampuan sosial anak usia dini (Kusumadewi & Wijanarko, 2022).

Penelitian sebelumnya mengemukakan bahwa anak memiliki tumbuh kembang yang berbeda-beda, tidak semua anak mempunyai nilai-nilai kehidupan yang positif, kreatif, dan dinamis (Ningrum, 2017). Sehingga kewirausahaan dirasakan tidak hanya

dalam pelaksanaan proses bisnis tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari termasuk sebagai makhluk yang berjiwa sosial.

Sebagaimana data wawancara di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan bahwa anak-anak bersosial bersama teman sebaya. Selain itu, anak masih malu-malu dalam proses pemasaran produk dan anak-anak berinteraksi secara terbatas. Oleh karena itu, peran guru sangat diperlukan dalam kegiatan *entrepreneur* untuk membentuk kemampuan sosial anak terutama di sekolah, serta peran orang tua juga dibutuhkan untuk membantu anak memberikan motivasi kepada anak sehingga anak memiliki kepercayaan diri dan anak tidak menjadi *introvert*. Kegiatan *entrepreneur* yang diselenggarakan pada TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan memiliki keunikan tersendiri karena produk yang dipasarkan yaitu makanan khas tradisional dimana anak juga dikenalkan makanan tradisional serta mencoba makanan tradisional. Terlebih lagi dalam kegiatan *entrepreneur* 2 tahun belakangan ini menggunakan makanan khas madura. Berdasarkan permasalahan di atas maka penelitian ini menganalisis lebih mendalam kegiatan *entrepreneur* di TK Muslimat NU Bangkalan dalam mengembangkan social anak usia dini.

## Metode

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari literatur-literatur dan penelitian lapangan. Sumber data literatur meliputi: artikel ilmiah, buku-buku dan lain-lain. Sedangkan sumber data penelitian lapangan meliputi: kepala sekolah, guru dan anak-anak di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan. Pengumpulan data penelitian diperoleh dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi penelitian ini melakukan pengamatan kegiatan *entrepreneur* di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan. Wawancara penelitian yang dilakukan mewawancarai kepada sumber data penelitian lapangan tentang kemampuan sosial anak usia dini dan kegiatan *entrepreneur* di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan. Selanjutnya, dokumentasi penelitian ialah melakukan foto dan video. Analisis data penelitian menggunakan model Milles dan Huberman, terdiri atas: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## Hasil Penelitian

### **Implementasi Kegiatan *Entrepreneur* di TK Muslimat NU Darunnajah Bangkalan**

Kegiatan *entrepreneur* di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan adalah salah satu program yang dilaksanakan dengan tujuan mengenalkan dunia usaha kepada anak-anak sejak usia dini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pihak terkait, dapat diketahui bahwa kegiatan ini dilaksanakan setiap tahun sekali dan melibatkan peserta didik dari kelompok A dan kelompok B. Program yang diadakan adalah program *market day*, yang bertujuan untuk memperkenalkan konsep jual beli kepada anak-anak dalam bentuk yang menyenangkan dan sesuai dengan kemampuan mereka. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan anak-anak, tetapi juga orang tua yang turut berkolaborasi dalam mempersiapkan dan menjalankan kegiatan jual beli yang melibatkan produk makanan khas daerah Madura.

Program *market day* di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan merupakan salah satu contoh nyata dari implementasi kegiatan kewirausahaan di lingkungan pendidikan anak usia dini. Kegiatan ini memfokuskan pada pemberian pengalaman langsung kepada anak-anak mengenai aktivitas ekonomi yang terjadi di kehidupan sehari-hari, seperti berjualan dan membeli. Melalui kegiatan ini, anak-anak belajar tentang nilai tukar, transaksi jual beli, serta keterampilan sosial seperti berinteraksi

dengan orang lain, tawar-menawar, dan berkomunikasi. Selain itu, kegiatan ini juga memperkenalkan mereka pada pentingnya kerjasama antara anak dan orang tua, yang mana orang tua berperan dalam mendampingi anak dalam mempersiapkan produk makanan yang akan dijual.

Produk makanan yang dijual dalam kegiatan *market day* ini adalah makanan khas daerah Madura. Pemilihan makanan khas Madura ini tidak hanya memberikan nilai tambah dari segi budaya, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi anak-anak dalam mengenal ragam kuliner daerah mereka. Makanan khas daerah tidak hanya menjadi produk yang diperdagangkan dalam acara ini, tetapi juga sebagai cara untuk memperkenalkan kekayaan budaya lokal kepada anak-anak sejak usia dini. Hal ini menjadi sarana yang sangat efektif dalam memperkenalkan konsep kewirausahaan dengan pendekatan yang menyenangkan dan mudah dipahami oleh anak-anak.

Menurut Guru A, kegiatan *market day* ini telah menjadi program tahunan yang secara rutin dilaksanakan di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan. Program ini tidak hanya dilaksanakan sebagai bagian dari kurikulum, tetapi juga sebagai upaya lembaga pendidikan untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan kepada anak-anak. Di sekolah ini, kewirausahaan dianggap sebagai bagian yang sangat penting untuk bekal masa depan anak-anak. Melalui kegiatan ini, diharapkan anak-anak dapat mengenal dunia usaha sejak dini, belajar mengelola uang, serta memahami prinsip dasar kewirausahaan, seperti kreativitas, inisiatif, dan keberanian untuk mencoba.

TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan ini memiliki komitmen yang kuat dalam mengedepankan kewirausahaan sebagai salah satu pilar pembelajaran. Tidak hanya melalui program *market day*, tetapi juga dengan adanya kegiatan-kegiatan lain yang mendukung terciptanya lingkungan yang mengarah pada pembelajaran tentang kewirausahaan. Seiring dengan berkembangnya zaman, pendidikan kewirausahaan di tingkat dasar, termasuk di tingkat TK, menjadi hal yang sangat relevan. Kewirausahaan tidak hanya berfokus pada kemampuan untuk membuka usaha, tetapi juga membekali anak-anak dengan keterampilan berpikir kreatif, mandiri, dan memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah.

Keberadaan TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan yang dikelilingi oleh ruko-ruko seperti supermarket, penjual roti, dan usaha lainnya, memberikan konteks yang mendukung pelaksanaan kegiatan *entrepreneur* ini. Keberadaan berbagai usaha di sekitar lembaga pendidikan memberikan kesempatan bagi anak-anak untuk mengenal berbagai jenis bisnis dan usaha yang ada di lingkungan mereka. Hal ini menjadi relevansi yang penting dalam pengajaran kewirausahaan, karena anak-anak dapat melihat secara langsung bagaimana suatu usaha berjalan di lingkungan sekitar mereka. Kegiatan *market day* ini juga tidak hanya menjadi ajang bagi anak-anak untuk belajar tentang jual beli, tetapi juga sebagai sarana untuk belajar tentang tanggung jawab sosial, misalnya dengan menyumbangkan sebagian hasil penjualan untuk kegiatan amal atau sosial.

Selain itu, keterlibatan orang tua dalam kegiatan ini juga menjadi salah satu aspek yang sangat penting. Orang tua bukan hanya sebagai pengantar atau pengawal anak dalam kegiatan tersebut, tetapi juga sebagai mitra yang aktif dalam mendampingi anak-anak mereka dalam menjalankan kegiatan jual beli. Orang tua dilibatkan dalam pembuatan produk makanan yang akan dijual, sehingga mereka dapat ikut serta dalam proses pembuatan dan pengelolaan usaha mini tersebut. Kolaborasi antara anak dan orang tua ini diharapkan dapat mempererat hubungan keluarga, sekaligus memberikan pengalaman berharga bagi orang tua mengenai cara mendampingi anak-anak dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan sejak dini.

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif bagi perkembangan anak-anak, baik dalam kemampuan sosial anak. Dengan melihat hasil dari kegiatan *market day* ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *entrepreneur* di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal, Bangkalan merupakan sebuah inisiatif yang sangat positif dan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan anak-anak. Melalui kegiatan ini, anak-anak tidak hanya belajar tentang konsep jual beli, tetapi juga mengenal nilai-nilai kewirausahaan yang dapat mereka bawa dalam kehidupan mereka di masa depan. Oleh karena itu, program ini patut diapresiasi dan dijadikan contoh bagi lembaga pendidikan lainnya dalam mengintegrasikan kegiatan kewirausahaan dalam kurikulum pendidikan anak usia dini.

### **Kemampuan Sosial Anak di TK Muslimat NU Darunnajah Bangkalan**

Sebagaimana data yang diperoleh dari wawancara, disebutkan bahwa kemampuan sosial anak usia dini dapat terstimulus dengan baik melalui kegiatan *entrepreneur* berupa program *market day*. Kemampuan sosial anak usia dini dapat diperoleh melalui anak mampu menjual dan bernegosiasi masalah yang muncul selama kegiatan. Anak-anak berinteraksi lebih positif dengan teman sebayanya ketika bertanya dan menyelesaikan masalah. Hal ini menunjukkan bahwa program *entrepreneur* ini berhasil mendorong pengembangan keterampilan sosial yang sangat penting pada anak-anak.

Program ini dibuat untuk memperkuat keterampilan *entrepreneur* dengan melibatkan anak-anak dalam berbagai kegiatan kolaboratif. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa anak-anak tidak hanya mempelajari konsep dasar berwirausaha, akan tetapi juga meningkatkan sosial mereka, seperti berkomunikasi, bekerja sama, dan menyelesaikan masalah. Interaksi dalam kelompok selama proyek-proyek seperti pemasaran produk dan penjualan telah membantu mereka mengembangkan rasa percaya diri dan empati mereka.

Perbandingan dari sebelum mengikuti program *entrepreneur* ini anak-anak cenderung lebih pasif dan kurang percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain. Namun, setelah mengikuti program *entrepreneur* mereka mengalami peningkatan dalam rasa percaya diri dan keberanian untuk menyampaikan pendapat serta berinteraksi dengan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa program *entrepreneur* dapat menjadi salah satu intervensi efektif untuk meningkatkan kemampuan sosial anak.

Program *entrepreneur* di TK Muslimat NU Darunnajah Bangkalan telah berhasil mencapai tujuan pembelajaran yang ditetapkan, yaitu meningkatkan kemampuan sosial anak. Penelitian menunjukkan bahwa setelah mengikuti program tersebut anak-anak menjadi lebih mandiri, kreatif, dan memiliki rasa tanggung jawab yang lebih besar. Keterampilan negosiasi anak yang berfokus pada permainan peran. Anak belajar mengutarakan pendapatnya, mendengarkan pendapat orang lain dan mencapai kesepakatan bersama. Hal ini menunjukkan bahwa program yang tepat dapat memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan keterampilan sosial anak.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil temuan di atas bahwa kegiatan *entrepreneur* pada program *market day* dilakukan dalam rangka untuk mengembangkan kemampuan sosial anak usia dini. Menurut (Nurhafizah, 2018) belajar berwirausaha pada anak tidak datang dengan cepat namun memerlukan latihan bertahap, dimulai dari hal kecil dalam keseharian anak misalnya, membereskan mainan setelah bermain, rutin menyikat gigi, dan membereskan tempat tidur sebelum tidur. Kegiatan *market day* yang dapat memantapkan dan menumbuhkan pada anak usia dini melalui kegiatan langsung sebagai penjual dan pembeli

(Igamo et al., 2023). Selain itu, menurut Seto Mulyani dalam jika anak memiliki kepribadian untuk belajar berbisnis sejak dini, sebagai orang yang lebih dewasa harus selalu mendukungnya untuk terus mengembangkan kepribadian tersebut seiring bertambahnya usia (Desi, 2022). Kegiatan *market day* ini melibatkan promosi produk kepada teman sebaya, guru, bahkan orang tua yang ikutberpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Kegiatan tersebut berbentuk bazar atau pasar, dimana pembeli dan penjual bekerja sama langsung dengan teman sebaya, guru, dan orang tua untuk menjual barang dagangannya (Putri et al., 2023).

Menurut Wiyani dalam (Karimah, 2021) menyatakan bahwa perkembangan sosial anak usia dini dapat diartikan sebagai berbagai perubahan yang berkaitan dengan kemampuan anak usia dini mulai dari usia 0 hingga 6 tahun dalam menjalin hubungan dengan dirinya sendiri dan orang lain, serta mencapai keinginannya. Perubahan anak dalam kegiatan *entrepreneur* terhadap kemampuan sosial anak usia dini sangat mempengaruhi (Karimah, 2021).

Dalam penelitian sebelumnya, Wiresti dan Na'imah menyatakan bahwa program *market day* memiliki peran penting dalam menstimulasi perkembangan sosial dan emosional anak, serta meningkatkan kemampuan linguistik mereka (Wiresti & Na'imah, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa melalui kegiatan yang melibatkan interaksi sosial, anak-anak tidak hanya mengembangkan keterampilan sosial mereka, tetapi juga memperluas kemampuan berbahasa. Program seperti *market day* memungkinkan anak-anak untuk berlatih berbicara dalam situasi yang lebih nyata dan kontekstual, di mana mereka harus berkomunikasi dengan teman sebaya dan orang dewasa, mengungkapkan kebutuhan mereka, serta belajar untuk mendengarkan dan merespons dengan tepat. Seiring berjalannya waktu, anak-anak akan semakin terbiasa berinteraksi dalam berbagai konteks sosial yang mengarah pada pengembangan kepercayaan diri dan kemampuan berkomunikasi yang lebih baik.

Selain itu, kegiatan *market day* juga berfungsi sebagai ajang latihan untuk mengasah keterampilan sosial lainnya, seperti berbagi, bekerja sama, serta menyelesaikan konflik. Keterampilan ini sangat penting karena mereka dapat mempengaruhi hubungan sosial anak baik di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah. Dalam suasana yang penuh dengan aktivitas pasar, seperti membeli dan menjual barang, anak-anak belajar untuk bernegosiasi, mengatur emosi, serta mengenal berbagai nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat. Oleh karena itu, *market day* bukan hanya sekadar kegiatan jual beli, tetapi juga menjadi sarana yang efektif dalam membentuk karakter sosial yang positif pada anak.

Meskipun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Adistiani et al. (2023) menunjukkan bahwa masih terbatas bukti yang mendukung hubungan antara kegiatan *market day* dan keterampilan sosial anak (Adistiani et al., 2023). Hal ini mencerminkan adanya kekurangan dalam pemahaman tentang bagaimana tepatnya kegiatan ini mempengaruhi perkembangan sosial anak, terutama dalam jangka panjang. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi dampak dari kegiatan *market day* antara lain usia anak, jenis kelamin, latar belakang keluarga, dan cara fasilitasi yang dilakukan oleh pendidik. Misalnya, anak-anak yang lebih muda mungkin belum sepenuhnya memahami konsep sosial yang ada dalam kegiatan tersebut, sehingga dampaknya terhadap keterampilan sosial mereka bisa jadi tidak terlalu signifikan.

Diperlukan lebih banyak penelitian untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas program *market day* dalam mengembangkan keterampilan sosial anak. Penelitian yang lebih mendalam juga penting untuk mengetahui

bagaimana cara terbaik untuk mengintegrasikan kegiatan ini dalam kurikulum pendidikan anak usia dini. Pendekatan yang lebih sistematis dalam memantau dan mengevaluasi perkembangan keterampilan sosial anak selama dan setelah kegiatan *market day* juga perlu dilakukan. Hal ini penting agar pendidik dan lembaga pendidikan dapat merancang program yang lebih efektif dan menyeluruh yang tidak hanya berfokus pada keterampilan linguistik, tetapi juga aspek perkembangan sosial lainnya (Isnaini, 2019).

Dengan melihat berbagai manfaat yang dapat diperoleh anak-anak melalui program *market day*, sudah seharusnya kegiatan ini menjadi bagian penting dalam kurikulum pendidikan anak usia dini. Program ini bisa menjadi salah satu ciri khas dari lembaga pendidikan yang peduli pada perkembangan sosial dan emosional anak, selain juga meningkatkan keterampilan lainnya yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pengembangan lebih lanjut terhadap program *market day*, baik dalam hal metode pelaksanaan maupun evaluasi dampaknya, perlu dilakukan untuk memaksimalkan manfaat yang dapat diperoleh oleh anak-anak.

### Simpulan

Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *entrepreneur* yang dilaksanakan di TK Muslimat NU Darunnajah Kamal Bangkalan melalui program *market day* memberikan dampak positif dalam pengembangan keterampilan sosial anak usia dini. Program yang diadakan setiap tahun ini memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk berinteraksi langsung dengan pembeli maupun penjual, yang memperkaya pengalaman sosial mereka. Interaksi yang terjadi dalam kegiatan tersebut melibatkan komunikasi langsung, kerjasama, serta kemampuan untuk menyelesaikan konflik secara mandiri, yang secara keseluruhan berkontribusi pada peningkatan keterampilan sosial anak. Melalui kegiatan *market day*, anak-anak belajar berbagi, bernegosiasi, dan berempati, yang merupakan keterampilan sosial yang sangat penting untuk perkembangan mereka di masa depan. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa penerapan program *entrepreneur* berbasis pasar dapat menjadi alternatif yang efektif untuk mengembangkan kompetensi sosial anak, di luar kegiatan pembelajaran tradisional yang lebih berfokus pada aspek akademik. Namun, untuk memperdalam pemahaman mengenai dampak program ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih lanjut variabel-variabel yang dapat mempengaruhi efektivitas program *market day*.

### Daftar Pustaka

- Adistiani, Oktamarina, L., & Febriyanti. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day Terhadap Keterampilan Sosial Anak Usia Dini Kelompok B di TK Chiqa Smart. *iNNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 1–11.
- Asmara, F. D. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day terhadap Kemampuan Bahasa Ekspresif dan Berhitung Permulaan Anak Usia Dini Kelompok B di TK Negeri Pembina Kecamatan Subah. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(03), 529–536. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3309>
- Desi, P. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(1980), 1349–1358.
- Igamo, A. M., Azwardi, A., Yulianita, A., Sari, D. D. P., & Marissa, F. (2023). Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak

- Usia Dini di Kota Palembang. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 8–19. <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i3.210>
- Isnaini, A. A. (2019). Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui Market Day Pada Anak Kelompok B. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(6), 561–568.
- Karimah, F. (2021). Upaya Meningkatkan Kemampuan Sosial Anak Melalui Pendidikan Kewirausahaan pada Kelompok Anak Usia 5-6 Tahun. *Action Research Journal*, 1(2), 230–237.
- Kusumadewi, N. T., & Wijanarko, B. (2022). Entrepreneurship Education for First Middle School Age Children. *Soedirman Economics Education Journal*, 4(2), 59-71. <https://doi.org/10.32424/seej.v4i2.7436>
- Ningrum, M. A. (2017). Peran Keluarga dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Sejak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan (Teori Dan Praktik)*, 2(1), 39-43. <https://doi.org/10.26740/jp.v2n1.p39-43>
- Nurhafizah, N. (2018). Bimbingan Awal Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 6(3), 205–210. <https://doi.org/10.29210/127300>
- Putri, R. T., Hendrick, T. Z., Lalita, C. A., Azzahra, F., Maulida, N., & Arita, M. (2023). Pembelajaran IPS SD Melalui Kegiatan Market Day Guna Meningkatkan Pemahaman Siswa Mengenai Kegiatan Kewirausahaan Di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 3(1), 107–114.
- Sokhibah, S., & Komalasari, D. (2015). Meningkatkan Kemampuan Kognitif Mengenal Warna Melalui Bermain Bola Pada Anak Kelompok A. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 1–7.
- Trisnasasti, A. (2021). Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Cerita Rakyat Nusantara. *Journal of Language Learning and Research (JOLLAR)*, 4(2), 99–106. <https://doi.org/10.22236/jollar.v3i2.7405>
- Wiresti, R. D., & Na'imah, N. (2020). Aspek Perkembangan Anak: Urgensitas Ditinjau dalam Paradigma Psikologi Perkembangan Anak. *Aulad : Journal on Early Childhood*, 3(1), 36–44. <https://doi.org/10.31004/aulad.v3i1.53>