



PENGARUH KEGIATAN MARKET DAY SEJAK DINI TERHADAP MINAT ENTREPRENEUR DI SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU CENDEKIA TAKA

Rina Sri Wahyuni^{1*}, Adelia Juniarti², Laily Nur Hidayah³, Nugroho Suryo Kawoco⁴
¹²³⁴ Fakultas Ekonomi/Manajemen/Universitas Kaltara

ARTICLE INFO

Jejak Artikel :

Masuk Artikel : 02- Februari 2022

Perbaikan : 01 – Maret 2022

Diterima : 05- Mei 2022

Kata Kunci :

Market Day; Tanjung Selor;
Entrepreneur

ABSTRACT

Kurikulum sekolah berdasarkan undang – undang sistem pendidikan nasional pasal 3 undang-undang nomor 20 tahun 2003, diharapkan mampu mengantarkan peserta didik untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Melalui kegiatan market day, diharapkan pendidikan yang berorientasi menciptakan manusia yang pintar dan terampil serta cakap, kreatif dan mandiri pada peserta didik bisa terwujud. Terkait dengan hal ini, penulis melakukan analisis melalui metode eksploratif, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan market day terhadap minat anak usia dini dalam dunia entrepreneur.

A. LATAR BELAKANG

Berdasarkan Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3 UU No.20 Tahun 2003, tentang “Tujuan Pendidikan Nasional adalah berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab”. Berdasarkan tujuan pendidikan nasional tersebut, kurikulum sekolah diharapkan mampu mengantarkan peserta didik untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pendidikan harus berorientasi tidak hanya menciptakan manusia pintar dan terampil, tetapi juga beriman, bertakwa, berakhlak mulia dan berbudaya (Syafaruddin, 2002: 7).

Untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional tersebut, maka diperlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, melalui penyelenggaraan pendidikan yang berkualitas pula, yang memenuhi 4 pilar yaitu : *learning to know, learning to do, learning to go, and learning to live together*. Untuk mewujudkan Pendidikan yang berkualitas dapat dilakukan inovasi pembelajaran sesuai dengan keterampilan yang diperlukan dan revolusi industri 4.0. Para pendidik memegang peranan yang sangat penting dalam melakukan inovasi pembelajaran yang berorientasi pada meningkatkan dan mengembangkan potensi dan keterampilan peserta didik, sehingga para peserta didik memiliki banyak pengalaman dalam memasuki era persaingan pasar bebas.

Inovasi pembelajaran yang dapat dilakukan para pendidik adalah melalui kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler yang berorientasi dapat mengembangkan kreatifitas dan



menumbuhkan jiwa kemandirian peserta didik. Kegiatan ekstrakurikuler yang sejalan dengan hal tersebut adalah kegiatan Market Day, dimana kegiatan ini memberikan ilmu tentang dunia entrepreneur. Market Day adalah model pembelajaran berbasis proyek yang melibatkan peserta didik untuk merekonstruksi pengetahuan keterampilan dan mengakumulasi dalam produk nyata serta memasarkan produknya kepada teman, guru, dan masyarakat sekitar melalui kegiatan bazar atau pasar yang diselenggarakan oleh sekolah (kumparan.com/muhammad-ngafifi). Sedangkan Entrepreneur adalah orang yang melakukan aktivitas wirusaha yang dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya (id.wikipedia.org/wiki/wirausahawan).

Kelebihan menjadi entrepreneur:

1. Memiliki kesempatan menciptakan perubahan dan juga mencapai potensi yang dimiliki
2. Memiliki kesempatan memulai keuntungan yang besar
3. Memberikan kontribusi untuk masyarakat
4. Mendapatkan pengakuan atas usaha yang dilakukan
5. Dapat melakukan usaha yang disukai dengan hasil yang dimanfaatkan untuk kebaikan

Sekolah dasar Islam Terpadu (SD IT) Cendekia Taka yang berada di kota Tanjung Selor Kalimantan Utara adalah sebagai contoh sekolah yang sudah menyelenggarakan kegiatan Market Day, sehingga pembelajaran tentang entrepreneur bisa diimplementasikan melalui kegiatan tersebut. Market day ini diselenggarakan setiap satu bulan sekali, agar tidak mengganggu pembelajaran yang wajib di sekolah.

Penulisan artikel ini akan mencoba menguraikan bagaimana kegiatan Market Day sejak dini dapat mempengaruhi minat peserta didik dalam dunia entrepreneur. Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kegiatan Market Day dapat mempengaruhi minat peserta didik terhadap dunia entrepreneur.

Untuk menganalisis hal ini, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu : metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pengambilan sample sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Data yang di peroleh ada dua cara yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari narasumber melalui interview atau wawancara dengan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber pustaka seperti literatur ataupun publikasi lain yang berkaitan dengan penelitian.

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data dengan dua cara, yaitu:

1. Metode Studi Lapangan, metode ini dilakukan dengan cara interview langsung kepada para peserta didik, dan dengan menggunakan kuisioner untuk mengetahui tingkat minat para peserta didik terhadap dunia entrepreneur.



2. Metode Studi Pustaka, metode ini mengambil rujukan dari literatur atau sumber pustaka yang berhubungan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Dari pengumpulan data yang sudah dilakukan, serta melakukan analisis data, bahwa kegiatan Market day ini sangat mempengaruhi minat para peserta didik terhadap dunia entrepreneur. Semua peserta didik yang terlibat dalam penyelenggaraan kegiatan Market Day ini sangat antusias melakukan kegiatan transaksi jual-beli, menawarkan produk dengan cara yang sederhana, kemudian mempromosikan produk mereka sampai terjual dan melihat kepuasan para peserta didik ketika produk yang ditawarkan disukai para pembeli. Hal ini dapat terlihat dari hasil interview serta penyebaran kuisioner yang sudah dilakukan, serta melihat secara langsung penyelenggaraan kegiatan tersebut.

B. METODE PELAKSANAAN

a. Khalayak Sasaran

Sasaran peserta pelaksanaan kegiatan pelatihan adalah Sekolah dasar Islam Terpadu (SD IT) Cendekia Taka Tanjung Selor.

b. Metode Kegiatan

Ada beberapa metode kegiatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi :

1. Ceramah
2. Diskusi Terbuka

c. Langkah-langkah Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di Sekolah dasar Islam Terpadu (SD IT) Cendekia Taka Tanjung Selor. Tahapan kegiatan pelatihan sebagai berikut :

1. Registrasi Peserta Jam 08.00 WITA
2. Sambutan oleh Wakil Kepala Sekolah
3. Penyerahan Cenderamata
4. Pemaparan materi
5. Diskusi
6. Doa

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemilihan strategi bisnis yang tepat bagi generasi muda pada siswa dan siswi Sekolah dasar Islam Terpadu (SD IT) Cendekia Taka diikuti dengan jumlah peserta sebanyak 50 siswa.

Dalam pelatihan juga dilakukan evaluasi kepada siswa dan siswi dan hasilnya sebesar 70% siswa dan siswi sudah dapat menentukan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini di masa Pandemi Covid. Sedangkan 30% siswa dan siswi masih berkeinginan untuk melanjutkan studi lagi pada jenjang sarjana. Kemudian untuk tingkat pemahaman akan materi yang disampaikan diperoleh hasil sebesar 80 % siswa dan siswi sangat menyukai materi yang disampaikan. 15 % menyukai materi dan 5 % masih sulit untuk menangkap materi yang disampaikan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan maka mendapatkan kesimpulan terdapat pengaruh dari kegiatan yang dilakukan yaitu semangat melakukan kegiatan wirausaha.

Saran yang diberikan yaitu :

1. Mengevaluasi kegiatan pelatihan yang telah dilakukan selama enam bulan;

DAFTAR RUJUKAN

- Adriansyah, M. A., Sintara, I. D., Pramujie, G. V. C., & Salsabila, A. (2020). MENINGKATKAN KOMITMEN ORGANISASI MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN DIRI. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 2(1), 81–89.
- Al Amrie, M., Nur, A. A., & Wiryawan, D. (2019). *MANAJEMEN DAN PENGELOLAAN KEUANGAN RUMAH TANGGA DI DESA SAJAU TANJUNG SELOR*.
- Nur, A. A., Wiryawan, D., & Amrie, M. Al. (2020). *Kepuasan Konsumen Astra Motor Honda Tanjung Selor Terkait Pelayanan Showroom*. 2(2), 109–117.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=eaZeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=buku+manajemen+pemasaran&ots=W4L0T54LTL&sig=EBH5b1x8H-Mixm_QFcSVFGsY8jY&redir_esc=y#v=onepage&q=buku+manajemen+pemasaran&f=false